

# **TRABAJO FIN DE GRADO**

## **GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD**

### **Economía colaborativa y de recursos compartidos**



**Alumna: María Luisa Sánchez Domínguez**

**Tutora: Dra. Yolanda Giner Manso**

**Presentación: Junio 2015**

*“La tendencia es clara: El acceso vence a la posesión. El acceso es mejor que la propiedad”.*

Kevin Kelly, “Better than owning”, (2009).

## Contenido

1. Introducción .....	5
2. Resumen / Abstract .....	6
3. Objetivos .....	8
4. Economía colaborativa y de recursos compartidos.....	9
4.1. Concepto de economía colaborativa y de recursos compartidos .....	9
4.2. Antecedentes de la economía colaborativa .....	11
4.3. Justificación del nacimiento de la economía de colaboración .....	11
4.4. Razones que fomentan la colaboración .....	13
4.5. La confianza: un aspecto clave. El caso Blablacar .....	13
5. Regulación de la economía colaborativa .....	16
6. Clasificación de la economía colaborativa .....	18
7. Ventajas e inconvenientes del nuevo modelo económico.....	19
7.1. Inconvenientes y costes que acarrea la economía colaborativa.....	20
7.2. Ventajas y beneficios para los usuarios y la sociedad en general .....	20
7.3. Balance coste/beneficios de la economía colaborativa.....	21
8. Análisis empírico .....	23
8.1. Objetivos .....	23
8.2. Metodología .....	24
8.3. Población objeto de estudio .....	24
8.4. Muestra obtenida .....	25
8.5. Análisis de resultados .....	28
8.5.1. Conocimiento del término “economía colaborativa” .....	29
8.5.2. Coche compartido: ¿quién no lo conoce?.....	30
8.5.3. Recirculación de bienes: comprar, vender, donar .....	32
8.5.4. Couchsurfing, ¿un deporte?.....	34
8.5.5. Crowdfunding, financiación colectiva o micromecenazgo .....	36
8.5.6. Crossbooking: ¡libera tus libros! .....	38
8.5.7. Open acces o acceso abierto .....	40
8.5.8. Huerto ecológico: buscando la sostenibilidad .....	42
8.5.9. Bancos de tiempo .....	44
8.5.10. Análisis de los resultados cualitativos .....	46
9. Conclusiones .....	49
10. Bibliografía .....	51
Anexo I. Encuesta sobre Economía Colaborativa .....	57
Anexo II. Transcripción de las opiniones cualitativas del cuestionario .....	62

## Índice de figuras

Figura 4.1. Niveles de experiencia de usuarios Blablacar.....	15
Figura 4.2. Valoraciones de usuarios Blablacar.....	16
Figura 6.1. Clasificación de la economía colaborativa .....	18

## Índice de tablas

Tabla 6.1. Ejemplos de iniciativas de economía colaborativa .....	19
Tabla 7.1. Principales ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa .....	22
Tabla 8.1. Relación de ideas clave con comentarios de los encuestados .....	48

## Índice de gráficos

Gráfico 8.1. Clasificación de encuestados por sexo .....	25
Gráfico 8.2. Clasificación de encuestados por curso .....	26
Gráfico 8.3. Conocimiento economía colaborativa según titulaciones .....	27
Gráfico 8.4. Clasificación de encuestados con otras titulaciones .....	27
Gráfico 8.5. Reconocimiento del término “economía colaborativa” antes y después de leer la definición.....	29
Gráfico 8.6. Conocimiento y participación en coche compartido .....	30
Gráfico 8.7. Tipo de participación en coche compartido .....	31
Gráfico 8.8. Valoración de afirmaciones sobre coche compartido .....	32
Gráfico 8.9. Conocimiento y participación en recirculación de bienes .....	32
Gráfico 8.10. Tipo de participación en recirculación de bienes .....	33
Gráfico 8.11. Valoración de afirmaciones sobre recirculación de bienes .....	34
Gráfico 8.12. Conocimiento y participación en couchsurfing .....	34
Gráfico 8.13. Tipo de participación en couchsurfing .....	35
Gráfico 8.14. Valoración de afirmaciones sobre couchsurfing .....	36
Gráfico 8.15. Conocimiento y participación en crowdfunding .....	37
Gráfico 8.16. Tipo de participación en crowdfunding.....	37
Gráfico 8.17. Valoración de afirmaciones sobre crowdfunding .....	38
Gráfico 8.18. Conocimiento y participación en corssbooking .....	39
Gráfico 8.19. Tipo de participación en crossbooking .....	39
Gráfico 8.20. Valoración de afirmaciones sobre crossbooking .....	40
Gráfico 8.21. Conocimiento y participación en open acces .....	41
Gráfico 8.22. Tipo de participación en open acces .....	41
Gráfico 8.23. Valoración de afirmaciones sobre open acces .....	42
Gráfico 8.24. Conocimiento y participación en huerto ecológico .....	43
Gráfico 8.25. Tipo de participación en huerto ecológico .....	43
Gráfico 8.26. Valoración de afirmaciones sobre huerto ecológico .....	44
Gráfico 8.27. Conocimiento y participación en bancos de tiempo .....	45
Gráfico 8.28. Tipo de participación en bancos de tiempo .....	45
Gráfico 8.29. Valoración de afirmaciones sobre bancos de tiempo .....	46
Gráfico 8.30. Opinión sobre economía colaborativa y relaciones interpersonales.....	47

## 1. Introducción

En una sociedad inmersa en un entorno altamente cambiante, con un ritmo de vida acelerado y atravesando problemas de diversa índole es necesario disponerse a hacer reflexiones que nos ayuden a comprender la situación actual y poder tomar decisiones acertadas. Por ello, intentaremos trasladarnos al origen de la economía para establecer conexiones con el momento actual pues, al fin y al cabo, la economía es un continuo ciclo, y el hecho de indagar en los inicios y comprender el origen puede sernos de gran utilidad en el presente.

La palabra “economía” procede del latín “oeconomía”, y ésta del griego “οίκονομία”, que significa “administración de la casa”. Según el Diccionario de la Real Academia Española (2015), la economía tiene tres acepciones importantes: “administración eficaz y razonable de los bienes”; “conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo” y “ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos”.

Pero no podemos dejar de mencionar a Adam Smith, considerado el padre de la economía, que nos aporta el siguiente concepto en su obra “La riqueza de las naciones” (1776): la Economía Política es “una de las ramas de la ciencia del legislador o del estadista” que tiene dos objetos, “el primero, suministrar al pueblo un abundante ingreso o subsistencia, o, hablando con más propiedad, habilitar a sus individuos y ponerles en condiciones de lograr por sí mismos ambas cosas; el segundo, proveer al Estado o República de rentas suficientes para los servicios públicos. Procura realizar, pues, ambos fines, o sea enriquecer al soberano y al pueblo”. Por tanto, podemos considerar que la economía se basa en la adecuada administración de los bienes entre los individuos que integran una sociedad.

Por naturaleza, todo ser humano tiene una serie de necesidades que desea cubrir (Maslow, 1991), pero no siempre dispone de recursos que le permitan satisfacerlas. ¿Cómo superar esta barrera? En primer lugar, el ser humano comenzó a formar parte de un Estado o colectividad, en el que poder participar aportando y recibiendo recursos. Tradicionalmente se había recurrido al trueque, es decir, intercambiar los excedentes de los que se disponía por bienes o servicios que se necesitaban (Heil, 2015).

Debido a las limitaciones que presentaba este mecanismo (por ejemplo, no necesitar lo que se ofrecía a cambio) se dio paso a la moneda y el sistema de intercambio de bienes y servicios que conocemos en la actualidad (Wheatherford, 1997).

Fue entre los siglos XVIII y XIX cuando tuvo lugar el comienzo de la economía capitalista, desde los sistemas de producción en cadena, por primera vez en fábricas (lo cual fomentaba las relaciones sociales), hasta la producción en masa y ventas globalizadas que se dan en la actualidad (Pellini, 2014).

Por lo tanto, la economía no es estable, es un fenómeno que está en constante evolución y sufre multitud de cambios, pues depende de muchos factores. Así, tras la última época de bonanza económica, en 2007 estalló una crisis a nivel mundial que ha hecho estragos en la sociedad. Y esta prolongada situación de crisis económica en la que nos encontramos aún inmersos, unido a los vertiginosos avances en las tecnologías de la información y la comunicación, ha fomentado que los ciudadanos reaccionen y se creen redes sociales mediante las que poder satisfacer necesidades básicas, retomando la antigua práctica del trueque y surgiendo así un concepto diferente de economía (García, 2014).

De este modo nace la economía colaborativa, que es una nueva forma de intercambiar los bienes y servicios necesarios de una forma más rápida, ecológica e igualitaria (Valor, 2014). Los ciudadanos de a pie acuden a otros ciudadanos para tomar prestado bienes en desuso, ofrecer o recibir servicios a los que las empresas no permiten acceder por la barrera del dinero, y así satisfacer sus necesidades. Todo ello gracias a las nuevas tecnologías, que permiten acercarnos a los demás individuos de la sociedad. Finalmente, volvemos a apoyarnos en la colectividad y, probablemente, en un corto periodo de tiempo el Estado regulará estas prácticas, como ya predecía Adam Smith.

## **2. Resumen / Abstract**

La economía colaborativa es un fenómeno que se está desarrollando a nivel mundial, iniciado principalmente para dar respuesta a las necesidades de los individuos afectados por la crisis económica. Así, se está produciendo el resurgimiento de prácticas tradicionales como el trueque, aplicadas a un sistema globalizado e interconectado en tiempo real.

Estas iniciativas tienen una dimensión económica, ecológica y social, pues se pretende sacar el máximo partido a los recursos que están en desuso modificando los hábitos de consumo y creando y fortaleciendo las redes sociales, todo ello en favor de una mayor eficiencia y sostenibilidad. Pero también se debe tener precaución,

pues el descontrol del fenómeno puede frenar la producción de bienes y servicios y resultar negativo para el crecimiento económico.

Asimismo, para que funcione, se necesita confianza, que se consigue a través de revisiones de perfiles y valoraciones de otros usuarios en las plataformas. Por lo general, las personas se muestran confiadas en participar en redes sociales, compras online y diferentes iniciativas como compartir coche con personas desconocidas si comprueban que otros usuarios han tenido buenas experiencias.

La aceptación social del fenómeno existe, pero hay que regularlo. Se trata de buscar alternativas, no de cambiar por completo el sistema. Hay colectivos que reclaman una legislación al respecto que evite esa competencia desleal. Pero unas restricciones demasiado severas podrían conllevar la paralización o el retroceso del fenómeno. Es por ello que se debe encontrar el equilibrio en el sistema, para que todo funcione correctamente.

Dentro de este nuevo sector de la economía existen iniciativas muy diversas que se pueden clasificar en producción contributiva, finanzas peer-to-peer, conocimiento abierto y consumo colaborativo. En éste último se incluyen actividades como la recirculación de bienes (Ebay), el intercambio de bienes y servicios (bancos de tiempo), la optimización de uso de activos (coche compartido) o la construcción de conexiones sociales (financiación colectiva).

A pesar de los inconvenientes del modelo, las ventajas son muy positivas, por lo que la balanza se inclina hacia la colaboración, si bien hay que seguir investigándolo.

De este modo, el presente Trabajo Fin de Grado analiza mediante un cuestionario realizado a estudiantes del Grado en de Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Cádiz el conocimiento y valoración de las prácticas de economía colaborativa que éstos tienen. Los principales resultados muestran dos ideas clave: la aceptación y apoyo a las iniciativas existe, pero aún hace falta convicción para participar, así como una mayor difusión.

**Palabras clave:** *consumo colaborativo, recursos compartidos, sostenibilidad, confianza, relaciones sociales, optimización de recursos.*

The collaborative economy is a phenomenon which is being developed worldwide, mainly initiated to answer the needs of individuals affected by the economic crisis. Thus, the revival of traditional practices such as barter are being produced, applied to a globalized and interconnected system in real time.

These initiatives have an economic, environmental and social dimension, since taking a full advantage of the resources that are unused by changing consumer habits and creating and strengthening social networks is intended, all in favor of a greater efficiency and sustainability. But caution should also be taken, as a lack of control of the phenomenon can slow the production of goods and services and be detrimental to the economic growth.

Likewise, trust is needed to operate, achieved through reviews and ratings of profiles from other users on the platforms. Usually people seem confidence participating in social networking, online shopping and different initiatives such as carpooling with unknown people if they confirm that other users have had good experiences.

The social acceptance of the phenomenon exists, but we must regulate it. The aim is to look for alternatives, not to completely change the system. Some groups of people claim about legislation to prevent such unfair competition. But some restrictions too strict could lead to the paralisation or setback of the phenomenon. That is why a balance in the system must be found, so that everything runs correctly.

Within this new sector of the economy there are many different initiatives that can be classified as contributory production, finance peer-to-peer, open knowledge and collaborative consumption. In this one last activities such as recycle goods (Ebay), the exchange of goods and services (time banks), optimizing asset utilization (car sharing) or building social connections (crowdfunding) are included.

Despite the drawbacks of the model, the benefits are very positive, so the balance tips towards collaboration, but we must continue investigating.

In this way, this Final Project analyzes by a questionnaire to students of the Degree in Finance and Accounting from the University of Cádiz what knowledge and assessment of economy collaborative practices they have. The main results show us two key ideas: the acceptance and support for initiatives exists, but it still needed conviction to participate as well as a wider dissemination.

**Key words:** *collaborative consumption, shared resources, sustainability, trust, social relationships, resource optimisation.*

### 3. Objetivos

El objetivo del trabajo es doble: por un lado, estudiar la importancia y significación que está adquiriendo este nuevo enfoque económico, con especial detenimiento en el consumo entre particulares, con el fin establecer, de acuerdo con la revisión de la



literatura, los beneficios y costes que presenta, sensibilizar o concienciar a los estudiantes de la nueva gestión de los recursos y de la importancia de este tipo de prácticas de consumo. Por otro lado, se pretende estudiar el grado de conocimiento, imagen y utilización que se tiene de este tipo de economía, y así sacar conclusiones sobre el impacto que puede tener en la sociedad y el futuro de las iniciativas de colaboración. Para ello, se realiza un cuestionario a una muestra de estudiantes universitarios del Grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Cádiz, futuros gestores económicos de la sociedad.

#### **4. Economía colaborativa y de recursos compartidos**

La crisis económica iniciada en 2007 todavía sigue presente ocho años después. Durante estos años miles de personas se han quedado sin empleo y han tenido que buscar recursos y alternativas diferentes a las tradicionales para poder ahorrar a la hora de consumir bienes de primera necesidad y llevar a cabo su vida diaria (ir en coche a la universidad o al trabajo, vestir a toda la familia, adquirir pequeños electrodomésticos que sufren averías, etc.). En este contexto, las tecnologías de la información y comunicación han contribuido a facilitar a estas personas la búsqueda de esas nuevas alternativas disponibles en el mercado. De este modo, el nuevo modelo económico que está surgiendo se ha convertido en un tema de gran interés para su estudio.

##### **4.1. Concepto de economía colaborativa y de recursos compartidos**

Muchos son los autores que se esmeran en definir este nuevo enfoque de economía. Siguiendo a Bostman (2010) la economía colaborativa se resume en “lo que es mío es tuyo, a cambio de una pequeña contraprestación”.

La economía colaborativa es, por tanto, un nuevo modelo de intercambio económico basado en la interacción entre productor y consumidor, la conexión entre iguales mediante las tecnologías de la comunicación y la colaboración de los participantes (Valor, 2014). En definitiva, mediante este sistema se comparten e intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales. Estas prácticas están presentes tanto en la producción (*crowdsourcing*, *coworking*) y la financiación (*crowdfunding*) como en el consumo (huerto ecológico) (Valor, 2014).

El inicio de esta economía se produce por la necesidad de sacar el máximo partido a los recursos disponibles que están en desuso con el fin de mejorar la situación

económico-financiera de la familia en tiempos de crisis (Schor, 2014). Los recursos que se suelen compartir son bienes de consumo duradero, tales como vehículos o espacios habitables, pues uno de los fines que se pretenden conseguir es reducir el porcentaje de la propiedad de bienes (Rifkin, 2000).

Por ejemplo, en relación a los vehículos, supongamos el hipotético caso de que existen cinco personas que, por motivos de trabajo o estudios, tienen que realizar de lunes a viernes el trayecto Jerez-Cádiz. Pues bien, se está fomentando que sólo uno de esos cinco usuarios sea propietario de un automóvil, mientras que los restantes “alquilan” las plazas sobrantes del coche. De este modo, solo circularía por Cádiz un vehículo por cada cinco usuarios, necesitando así una única plaza de parking. Y lo que es más, se ahorra en combustible y se evita la existencia exorbitada de recursos ociosos en la sociedad, paliando, por consiguiente, las consecuencias del consumismo que se ha generalizado en los tiempos recientes.

Asimismo, entre los objetivos de esta nueva economía se encuentran crear y fortalecer las redes sociales, y hacer más accesible determinados bienes y servicios (a coste cero o muy reducido). Todo ello en la búsqueda de la sostenibilidad y la cooperación de los seres humanos y sociales (Valor, 2014).

Bajo mi punto de vista, estas iniciativas no solo son favorables por el hecho de encontrarnos aún en situación de crisis, sino que son un buen comienzo para concienciar a la humanidad de la importancia de optimizar el uso de los bienes existentes, evitando derroches de los recursos que ofrece el planeta al reducir la fabricación masiva. Todo ello en previsión al futuro de las generaciones venideras, las cuales son las que pueden verse afectadas por nuestras decisiones presentes. Además, se reducen las diferencias sociales al permitir el disfrute de bienes a precios más económicos a personas de niveles adquisitivos inferiores, las cuales no podrían tener acceso a ellos de otro modo.

Pero a pesar de los aspectos positivos que presentan, existen autores que piensan que estas prácticas de consumo pueden frenar la producción de bienes y servicios, lo cual es negativo para el crecimiento económico (Canalis, 2015). Por tanto, habría que continuar realizando investigaciones que nos lleven a encontrar el equilibrio con un modelo económico de crecimiento y sostenibilidad.

#### **4.2. Antecedentes de la economía colaborativa**

La colaboración es una práctica que se remonta a tiempos ancestrales; la novedad es que se puede llevar a cabo con personas hasta el momento desconocidas, mediante los nuevos medios tecnológicos (Schor, 2014).

Desde que el ser humano entra en la civilización y deja a un lado la autosuficiencia tiene la necesidad de negociar y colaborar con los demás integrantes de la sociedad para poder subsistir. Los individuos comienzan a trabajar no solo para cubrir su propio consumo, sino con el fin de obtener excedentes que poder intercambiar en lo que hoy llamamos mercado (Heil, 2015). Desde entonces, en cualquier época y lugar, los seres humanos han utilizado mercancías para ofrecer una contraprestación por algo que necesitan (desde sal y tabaco hasta arroz y telas), lo cual ha funcionado como “dinero” (Weatherford, 1997). Así, se origina el comercio mediante el trueque.

Pero este método de intercambio plantea una serie de inconvenientes, por ejemplo, que algunos bienes de consumo que se ofrecen (arroz, maíz, almendras) no tienen valor de reserva, cualidad que debería tener el dinero tal y como lo concebimos hoy en día. Por ello y otros motivos (como la dificultad de otorgar un valor correcto a los bienes objeto de intercambio) se dio un paso más en la historia de la economía, dejando a un lado el trueque para favorecer el desarrollo de la moneda.

A pesar de este abandono, el uso de las mercancías como dinero nunca ha desaparecido por completo, es más, resurge cuando el flujo normal del comercio y la vida económica se ven interrumpidos (Weatherford, 1997).

#### **4.3. Justificación del nacimiento de la economía de colaboración**

La economía colaborativa no nace para imponerse y destruir el sistema vigente, sino más bien para complementarlo (Rello, 2015). No se trata, por ejemplo, de eliminar el transporte ferroviario, sino de ofrecer una alternativa, como es compartir coche, para usuarios que viajen a un destino determinado sin necesidad de hacer trasbordos porque la ruta en carretera con el propietario del coche le venga mejor.

No se pretende que desaparezca la propiedad de bienes. De hecho, ¿cómo voy a desplazarme en coche compartido si no hay alguien que sea dueño del mismo? El objetivo es reducir la propiedad en favor de la sostenibilidad (Cañigüeral, 2014). Siguiendo con el ejemplo, ante una nueva necesidad de desplazamiento en coche, sería conveniente reflexionar sobre el uso de uno ya existente que tenga su dueño antes que inmovilizar tus recursos en la compra de un vehículo del que seas

propietario. A eso nos referimos, a que no se incrementen sin necesidad la compra de bienes (sobre todo los más caros), sino que se optimicen los que están disponibles (Schor, 2014), pues al mismo tiempo estamos contribuyendo a la sostenibilidad del planeta (en este caso, reduciendo la contaminación provocada por la expulsión de gases tóxicos de los vehículos).

Así, la propiedad de un vehículo, por ejemplo en Cádiz, no es muy acertada: no hay suficientes plazas de parking y tampoco es imprescindible disponer de coche para desplazarse intramuros. Pero si los residentes en la ciudad tienen que ir a un hospital en Sevilla, pueden encontrar una alternativa en el uso de coches compartidos, que probablemente tenga un trayecto con paradas más cercanas al hospital que si se desplazaran en tren, a la vez que crecen sus relaciones interpersonales, reducidas por el empleo excesivo e inadecuado de medios electrónicos.

Según Kelly (2009), la propiedad no es tan importante como parece. Si lo pensamos detenidamente, estamos continuamente usando bienes que no son propiedad nuestra, pero a los que tenemos acceso, por ejemplo, con el pago de nuestros impuestos. Ejemplo de ellos son las carreteras por las que nos desplazamos a diario, la web por la que navegamos o el conocimiento impregnado en los libros de las bibliotecas públicas. Lo que realmente importa al ser humano es poder hacer uso de los bienes, no solo poseerlos (Kelly, 2009). Pensemos en los seres humanos más pequeños, los niños. Un pequeño puede poseer muchos juguetes con los que no juegue casi nunca, pero si ve alguno que sea de otro niño y le interesa, querrá jugar con él un tiempo, y probablemente se quede satisfecho si lo disfruta aunque no sea suyo. En definitiva, el futuro ha estado siempre presente: las necesidades (y los deseos) se satisfacen mediante el uso de los bienes.

Asimismo hay que señalar que este modelo funciona únicamente para bienes y servicios de bajo uso, ya que si se planea utilizarlos todos los días (dependiendo del caso), probablemente será más económico comprarlos (Méndez, 2014). En definitiva, la economía colaborativa surge para introducir mejoras y servir de apoyo al capitalismo actual, renovándose el modelo económico con el fin de incrementar la productividad en general y continuar estrechando la brecha de las diferencias sociales (Rello, 2015).

#### 4.4. Razones que fomentan la colaboración

Algunos autores como Valor (2014) o Schor (2014) han logrado discernir cuáles son los tres motivos u objetivos principales que fomentan el desarrollo de prácticas de colaboración: creación de valor económico, social y ambiental (coincidiendo con los pilares del desarrollo sostenible).

- Dimensión económica: permite a los particulares compartir recursos ociosos, lo que les ayuda a combatir la crisis, viviendo con menos dinero (disminuyendo gastos) o ganando dinero extra, pues se reduce la intermediación (Schor, 2013). Y al incrementarse la densidad de población, aumentan las posibilidades de satisfacer un mayor número de necesidades (García, 2013).
- Aspecto ecológico o ambiental: compartir recursos fomenta que se vayan modificando progresivamente los hábitos de consumo hacia una mayor reutilización de los bienes existentes, maximizando su uso durante toda su vida útil y evitando despilfarros, para reducir el impacto ambiental (García, 2013).
- Dimensión social: muchos de los participantes de estas iniciativas buscan cubrir sus necesidades sociales, insatisfechas debido a la nueva sociedad tecnológica en la que estamos inmersos. Además, las personas se preocupan cada vez más por ayudar a quien está en dificultades. Destaca, por tanto, el incremento de la solidaridad, la colaboración y la idea de comunidad (Val, 2013).

En definitiva, la economía de recursos compartidos es un modelo económico enfocado hacia un futuro más sostenible, justo y democrático que responde a los principios de corresponsabilidad, eficiencia y sostenibilidad (Salcedo, 2013).

#### 4.5. La confianza: un aspecto clave. El caso Blablacar

Cañigüeral (2014) da algunas claves necesarias en la economía de recursos compartidos. Para que funcione la colaboración se necesita confianza, es un aspecto clave, como revelan los datos del Informe de la Sociedad de la Información en España 2012 de la Fundación Telefónica. La confianza, por tanto, se ha convertido en un aspecto imprescindible para el desarrollo del comercio electrónico, en el que los sellos de calidad o códigos de confianza juegan un papel fundamental (Urueña, 2013). Otra forma de reducir el posible escepticismo provocado por las redes sociales

desconocidas es revisando los perfiles de los demás usuarios y familiarizándose con ellos. El objetivo es comprobar su reputación en la red y la confianza que unos usuarios han depositado en los otros (Botsman, 2012).

Un estudio llevado a cabo en 2013 por Blablacar confirma los hechos: los usuarios de coche compartido confían cada vez más en las transacciones online con personas desconocidas, gracias a factores como la foto de perfil, las valoraciones de otros usuarios de la comunidad o la certificación del número de teléfono o el e-mail. Esta confianza es incluso mayor que la que tienen en sus propios vecinos, según el estudio (2013). Es decir, las recomendaciones y valoraciones de los usuarios en la red, aunque sean desconocidos, son muy valiosas para los compradores en el mundo digital.

Esto es así debido al esfuerzo de las plataformas por innovar en hacer que los perfiles online generen la mayor confianza posible. Vicent Rosso (2013), manager de Blablacar España y Portugal afirma que “en estos momentos difíciles la confianza se ha convertido en un valor máspreciado y difícil de conseguir. Algo que es ahora posible gracias a los perfiles online”.

Y el hecho de tener la primera experiencia positiva fomenta el incremento de la predisposición a la colaboración por parte de la sociedad, que se vuelve poco a poco más consciente de las ventajas que tiene este tipo de economía. A lo que hay que añadir la importancia del boca a boca, sobre todo para cautivar a los más escépticos.

Para darle un enfoque más práctico se revisará el caso del coche compartido. BlaBlaCar es “una comunidad de usuarios basada en la confianza que conecta a conductores que tienen asientos vacíos con pasajeros que se dirigen al mismo lugar; [...] es una red sobre ruedas promovida por particulares completamente nueva” que “está haciendo posible un concepto de viaje social, más ahorrativo en términos monetarios y más eficiente para millones de usuarios”, según informa la compañía en su web<sup>1</sup>. Está presente en 19 países y cuenta con más de 20 millones de usuarios.

La información ofrecida por la compañía (Costas, 2014) revela que el 40% de los usuarios de la plataforma son jóvenes de entre 18 y 25 años, motivados por su escaso poder adquisitivo o la situación de desempleo en la que se encuentra la inmensa mayoría. No solo se ahorran costes (ambas partes), sino que también se reducen las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera. Además, su predisposición a participar en iniciativas en la red es, a priori, superior a la de personas de edad más avanzada.

---

<sup>1</sup> <https://www.blablacar.es/blog/quienes-somos>

Para crear el ambiente de confianza, la empresa actúa sobre tres pilares (Costas, 2014). En primer lugar, se consigue que las identidades de los usuarios siempre sean auténticas: no se aceptan pseudónimos, la foto de perfil debe ser visible y se puede enlazar la cuenta de redes sociales como Facebook. En segundo lugar, la Comunidad de usuarios es quien evalúa a los demás perfiles, dejando opiniones, y así se crea la reputación de los candidatos, alertando además sobre aquellos que no respetan el espíritu de colaboración. Y por último, la empresa dispone de un Equipo de Atención al Usuario que sirve de apoyo a los usuarios cada día (Costas, 2014).

En esta red, los usuarios suelen evaluar la conveniencia o no de depositar confianza mediante la revisión de los niveles de experiencia de los demás participantes. Existen cinco niveles en los que se pueden encontrar los usuarios, desde “principiante” hasta “embajador”. La calificación se actualiza a diario y se obtiene mediante el promedio de cuatro variables: certificación de datos de contacto, nivel de cumplimentación del perfil, cantidad y calidad de valoraciones recibidas y antigüedad en la red. Así, es posible elegir con quién es preferible compartir el viaje (Costas, 2014). En la siguiente figura se pueden observar los ítems a valorar para aportar confianza al resto de los usuarios de la red:

Figura 4.1. Niveles de experiencia de usuarios Blablacar

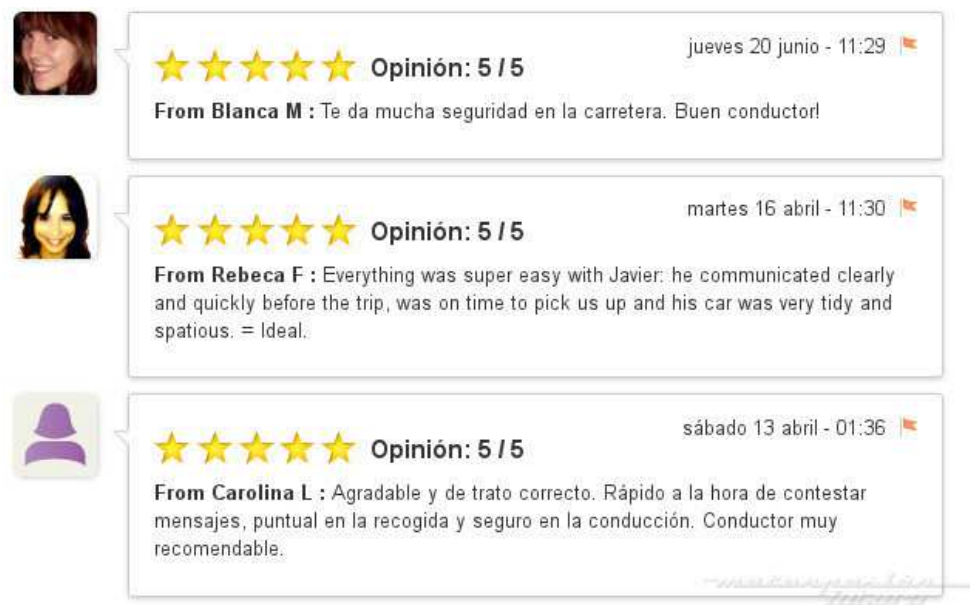
	Principiante	Intermedio	Avanzado	Experto	Embajador
E-mail y Móvil certificados	¡Bienvenid@!	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Perfil Completo		 > 60%	 > 70%	 > 80%	 > 90%
Nº de opiniones positivas recibidas		★ 1 opinión	★ 3 opiniones	★ 6 opiniones	★ 12 opiniones
% de las opiniones positivas recibidas		★ >60%	★ >70%	★ >80%	★ >90%
Antigüedad		 1 mes	 3 meses	 6 meses	 12 meses

Fuente: web Blablacar

Según la empresa (Costas, 2014), en torno al 96% de las valoraciones de los usuarios son positivas. Esto es comprensible teniendo en cuenta que los conductores que cometen infracciones son expulsados de la red. Un ejemplo de valoración podría ser el de Javier (ver figura 4.2), quien lleva varios años compartiendo su coche en

trayectos Madrid-Sevilla, por el ahorro económico que supone y por socializarse un poco durante los viajes<sup>2</sup>.

Figura 4.2. Valoraciones de usuarios Blablacar



Fuente: <http://www.motorpasionfuturo.com/coche-compartido/asi-ha-sido-mi-experiencia-compartiendo-coche>

Mediante este ejemplo se puede comprobar que la reputación es clave para generar confianza y conseguir trayectos, logrando así un mayor número de colaboradores. En el caso de este conductor, éste ha logrado valoraciones muy positivas, no ha tenido ningún incidente e incluso mantiene contactos con los que viaja de vez en cuando.

Además, en el momento en que generas confianza en varias personas, el “boca a boca” también juega un papel importante.

Como éste hay muchos casos de empresas e instituciones que conectan personas desconocidas para colaborar entre ellas, donde los consumidores solo pueden acceder a los bienes y servicios mediante esta “moneda” denominada confianza (Botsman, 2012).

## 5. Regulación de la economía colaborativa

A pesar de la gran aceptación y el vertiginoso desarrollo de los recursos compartidos, aún no existe en España una regulación al respecto por parte de las autoridades,

<sup>2</sup> <http://www.motorpasionfuturo.com/coche-compartido/asi-ha-sido-mi-experiencia-compartiendo-coche>



pues es un asunto complejo. Sólo algunas Comunidades Autónomas como Cataluña o Madrid están comenzando a elaborar leyes a este respecto (López, 2015).

Para que la economía colaborativa siga teniendo éxito, algunos autores (Cañigüeral, 2014) apuntan que debería estar más regulada y fiscalizada, para que el sistema pueda funcionar correctamente. El Estado debería encargarse de incorporar la economía colaborativa a las estructuras existentes, regulando la misma y ayudando a las personas que no puedan participar por razones económicas o sociales, tal y como lo hace en el modelo económico actual, mediante la redistribución de la renta, como ya apuntaba Adam Smith en 1776. Además, los empresarios de sectores como el transporte o la hostelería apuntan que la falta de regulación de actividades colaborativas son una fuente de competencia desleal (Pérez, 2014).

Por su parte, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2014) indica que “una regulación innecesaria o desproporcionada perjudicaría a los consumidores y al interés general, además de suponer un obstáculo a la competencia efectiva”.

En efecto, de lo que se trata es de encontrar una regulación equilibrada, pues las prácticas colaborativas entre particulares no reguladas pueden dispararse, frenando la producción de bienes y servicios, pero una excesiva regulación haría que estas prácticas se dejaran a un lado. Es por ello por lo que se debe estudiar en profundidad qué tipo de regulación es más adecuada, pues no se puede equiparar los ingresos extra que obtengan algunos particulares con los de las empresas establecidas (Ferrer, 2014).

Otras dificultades que se dan en la regulación es que algunas de las normativas implicadas están transferidas a las administraciones autonómicas y locales (Arrieta, 2014), además de la gran diferencia existente entre la diversidad de empresas del sector (Ferrer, 2014).

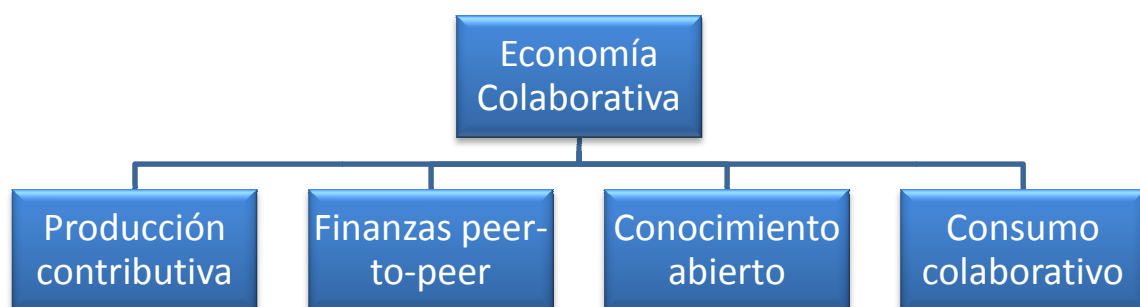
Los empresarios del sector apoyan la regulación de estas prácticas de consumo, siempre que no se pierda el objetivo del bien común para la sociedad (Arrieta, 2014). Asimismo, están dispuestos a “colaborar en base a un diálogo horizontal y participativo con todos los actores involucrados en la elaboración de políticas eficientes y racionales que favorezcan la competencia, la innovación, el crecimiento y el desarrollo de la economía digital” (Muñoz, 2014).

La complejidad del asunto requiere un análisis en profundidad que excede de los objetivos del presente trabajo, por lo que nos centraremos en analizar el resto de cuestiones planteadas.

## 6. Clasificación de la economía colaborativa

Diversos autores como Cañigüeral (2014) o Alegre (2014) hablan de la división de la economía colaborativa en cuatro segmentos:

Figura 6.1. Clasificación de la Economía Colaborativa.



Fuente: elaboración propia

- Producción contributiva: incluye iniciativas mediante las que los fabricantes intercambian información y conocimientos para la elaboración y distribución de productos y servicios (Cañigüeral, 2014).
- Finanzas *peer-to-peer*: se refieren a transacciones financieras que ocurren directamente entre individuos sin la intervención de una institución financiera tradicional, e incluyen la compra de capital en las empresas (equity crowdfunding) o préstamos entre personas (Cañigüeral, 2014).
- Conocimiento abierto: es la base de la economía colaborativa, pues “promueve la difusión abierta del conocimiento, y la posibilidad de reutilización y redistribución sin trabas legales, sociales o tecnológicas” permitiendo la difusión de la información de un modo más rápido (Alegre, 2014). El ejemplo más claro es Wikipedia, la “enciclopedia libre”.
- Consumo colaborativo: se trata del acceso a bienes y servicios de los cuales no se es propietario (Alegre, 2014). Es el más conocido y utilizado por los usuarios de a pie, pues incluye diversidad de iniciativas diferentes como el alquiler de espacios o compartir trayectos en coche. Está bastante desarrollado por todo el mundo, por lo que la gente se presta cada vez más a

depositar su confianza. Según la socióloga Juliet Schor (2014), este segmento puede clasificarse a su vez en cuatro grandes subgrupos:

1. Recirculación de bienes: consiste en el intercambio de bienes usados que ya no necesitamos con otros usuarios (Rojas, 2015). También pueden intercambiarse objetos nuevos elaborados a mano (Schor, 2014).
2. Intercambio de bienes y servicios: los usuarios intercambian servicios valorados por el mismo periodo de tiempo (por ejemplo una hora), independientemente del tipo de servicio que se trate (canguro, pintura, masajes) (Schor, 2014).
3. Optimización del uso de activos: se trata de ocupar los espacios no utilizados para optimizar su uso a través de sitios web que ponen en contacto oferentes y demandantes (Schor, 2014).
4. Construcción de conexiones sociales: se refieren a iniciativas que facilitan las relaciones entre individuos, evitando intermediarios financieros (Rojas, 2015).

Tabla 6.1. Ejemplos de iniciativas de economía colaborativa.

Definición	Ejemplos de iniciativa	Empresas o plataformas
Recirculación de bienes	Compra-venta de segunda mano	Ebay, Craig's List, páginas en Facebook entre particulares
Intercambio de bienes y servicios	Bancos de tiempo	Bdt Cádiz, Bdt Los Barrios, Bdt Tarifa <sup>3</sup>
Optimización del uso de activos	Coche compartido Alojamiento	Zipcar, Blablacar, Carpooling Couchsurfing, Airbnb, Beroomers
Construcción de redes sociales	Financiación colectiva (crowdfunding)	Little Big Money, Trust my project, Somos Amalgama, Ideas4all <sup>4</sup> , Zencap

Fuente: elaboración propia

## 7. Ventajas e inconvenientes del nuevo modelo económico

El desarrollo de la economía de colaboración advierte una serie de ventajas e inconvenientes para todos los agentes económicos. En este apartado se analizan ambas cuestiones. También se realiza un balance acerca del impacto que produce en la economía en general.

<sup>3</sup> [www.bdtonline.org](http://www.bdtonline.org)

<sup>4</sup> [www.infocrowdsourcing.com](http://www.infocrowdsourcing.com)

### **7.1. Inconvenientes y costes que acarrea la economía colaborativa**

La idea de sostenibilidad que subyace en este nuevo paradigma económico anima a los usuarios a ser partícipes en el mismo, pero es preciso señalar las deficiencias inherentes al modelo.

Siguiendo a Valor (2014), si basamos la economía (ya sea de una región, un país, etc.) exclusivamente en el uso de bienes, habría menos oportunidades de empleo en la producción de los mismos. Por otro lado, un modelo económico basado en el uso dejaría de lado el consumo, lo que de nuevo provocaría un descenso en las oportunidades de trabajo. En este modelo habría que averiguar dónde se encuentra la fuente de empleo.

El uso de los bienes tiene otra desventaja clara (Kelly, 2009): como no son de nuestra posesión, no nos hacemos responsables de ellos, y no tendremos el mismo cuidado.

El siguiente punto a destacar es la obligada necesidad de disfrutar de los recursos culturales necesarios para participar en la colaboración (como una red de contactos) pues la economía colaborativa depende mucho de la confianza y la reputación que se genere y para todo ello es fundamental el acceso a Internet y el buen manejo de las herramientas encontradas en la red (Valor, 2013).

Otro problema es la gestión del modelo, pues es muy probable que las organizaciones con o sin ánimo de lucro de economía colaborativa que se vayan creando fueran adquiriendo poder poco a poco hasta llegar a gobernar y, lamentablemente, tener la tentación de caer en la corrupción. Así mismo, el exceso de confianza en las redes colaborativas puede incentivar a los estafadores a llevar a cabo sus maniobras de un modo más rápido y desapercibido (Valor, 2013).

Además, y no menos importante, hay que tener precaución con el modelo para no perder el Estado que establezca el marco legislativo de la sociedad y su economía para que no se produzca un declive de la misma, como predijo Adam Smith en 1776. Finalmente no hay que olvidarse del tema fiscal, pues se necesitan impuestos para mantener el resto de bienes comunes a la sociedad.

### **7.2 Ventajas y beneficios para los usuarios y la sociedad en general**

A pesar de todos los aspectos señalados anteriormente, hay que tener presente el lado positivo de la colaboración, pues de no ser así no habría resurgido con tanto éxito.

Schor (2014) indica que la principal ventaja de este modelo es que los consumidores pueden tener acceso a bienes y servicios de calidad a un precio inferior al del mercado tradicional, pues hay personas que no podrían alcanzarlo de otro modo debido a la falta de recursos económicos (Valor, 2014). Además, estas iniciativas facilitan el desarrollo de relaciones locales, por ejemplo, el hecho de compartir coche para ir a diario a la universidad. Por otro lado, para quien presta sus bienes o servicios a la colaboración tiene la ventaja de conseguir ingresos adicionales o tener acceso a otros bienes mediante el trueque.

Otro punto a favor es que no hay que almacenar ni guardar nada (Cañigüeral, 2013). Podemos acceder a música, películas, libros electrónicos, etc. todo online, de una manera casi inmediata. Esto será valorado positivamente sobre todo por personas para las que la propiedad de muchos objetos acaba siendo una carga.

Asimismo, gracias al “acceso” podemos disponer de las versiones más recientes, teniendo en cuenta la velocidad a la que se producen hoy en día los cambios tecnológicos, pues la duración del ciclo de vida de los bienes se está haciendo cada vez más corta.

Por otro lado los bienes cada vez incorporan más componentes electrónicos: antes un libro solo estaba disponible en papel, y hoy lo podemos llevar incluso en nuestro Smartphone. Además, gracias a éste último, nos pueden localizar en cualquier momento, y podemos tener acceso a cualquier información de manera inmediata.

Como corolario, podemos establecer que se ahorra dinero (o se gana, si se presta), se fortalece la economía local, se mejoran las relaciones sociales y se produce un consumo más sostenible (Gualtieri, 2014).

### **7.3. Balance coste/beneficios de la economía colaborativa**

Recopilando la información anteriormente expuesta, las principales ventajas e inconvenientes que encontramos en el modelo las podemos sintetizar en la siguiente tabla:

Tabla 7.1. Principales ventajas e inconvenientes de la Economía Colaborativa.

## Inconvenientes y costes

- Menos oportunidades de empleo en la producción y servicios
- Difuminación de la responsabilidad
- Obligación de contar con una amplia red de contactos
- Dificultad en la gestión del modelo
- Adecuación del sistema fiscal

## Ventajas y beneficios

- Acceso a bienes y servicios de calidad a un menor coste
- Desarrollo de relaciones sociales
- Liberalización de la carga que puede suponer la propiedad
- Actualización al ritmo de la tecnología sin soportar costes de obsolescencia
- Información disponible en tiempo real
- Ahorro monetario y sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

Si ponemos en una balanza estos pros y contras coincidimos con Mouro (2014) al considerar que las principales ventajas del modelo superan con creces a los inconvenientes.

El acceso a bienes a un menor coste, el desarrollo de relaciones sociales más amplias, la sostenibilidad alcanzada o la inmediatez de la información son factores muy positivos en el desarrollo y progreso de la sociedad.

Estas ventajas son claros incentivos para llevar a la práctica el modelo pero, a su vez pueden ser considerados como factores mitigantes de los inconvenientes que al mismo tiempo se generan. Por ejemplo, la reducción del empleo en la producción de bienes puede provocar que las personas desempleadas en ese sector busquen otras formas de compartir recursos para obtener nuevas fuentes de ingresos.

La falta de preocupación por los bienes que usamos y no son nuestros, derivando la responsabilidad total en sus dueños, puede paliarse conforme el modelo se vaya desarrollando más, puesto que habría cada vez más personas que interviniesen tanto en el lado de la oferta como en el de la demanda, pudiendo así empatizar con la persona que ofrezca la contraprestación.

La necesidad de contar con una amplia red de contactos es relativa. Una persona puede tener una cantidad determinada de necesidades que pueden verse satisfechas por pocas personas. Por ejemplo, un estudiante que necesita compartir coche para ir a la Universidad puede encontrar apoyo en el estudio gracias a esos compañeros con los que comparte viajes; o una persona mayor que ofrece alojamiento en su casa a los estudiantes universitarios a cambio de apoyo en la vida cotidiana y atención, que únicamente necesita la colaboración de las personas que en esos momentos convivan con ella.

Donde podemos encontrar más incertidumbre es en la gestión del modelo y la situación fiscal del mismo, por lo que es de esperar un avance en la investigación sobre el mismo en los próximos años y el desarrollo de distintos modelos al respecto.

Muchas son ya las personas, empresas e instituciones que están mostrando interés por la colaboración<sup>5</sup>. Los estudios efectuados hasta el momento acerca de la economía de recursos compartidos corroboran que es una buena alternativa económica para poder disfrutar de las ventajas sociales, económicas y ambientales que posee el modelo. Eso sí, todos los autores coinciden en que este modelo es complementario al existente en la actualidad, pues si se pretendiera tomar el modelo como el principal en la economía global, dejaría ver sus deficiencias (Valor, 2014).

## **8. Análisis empírico**

Ahora que tenemos un poco más de conocimiento sobre la economía colaborativa, se pretende avanzar en el mismo, de manera que se plantea un cuestionario exploratorio para indagar en el conocimiento que se tiene acerca de ella y hacer reflexiones sobre los resultados obtenidos.

### **8.1. Objetivos**

El objetivo que se persigue con el análisis exploratorio de la economía colaborativa es estudiar el grado de conocimiento, imagen y utilización que tienen los estudiantes universitarios de algunas de las prácticas colaborativas existentes, como coche

---

<sup>5</sup> Entre ellos, la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), la cual está realizando una investigación a través de una encuesta de características similares a las que se han desarrollado en este trabajo, con la diferencia de que la muestra de población se está tomando a escala nacional y a nivel general, incluyendo personas de cualquier edad y nivel de estudios, no por ámbito profesional como es el caso que nos ocupa.

compartido, recirculación de bienes o crossbooking, entre otros. Asimismo, se realiza la encuesta con objeto de obtener opiniones reales que aporten información cualitativa significativa para avanzar en el conocimiento sobre nuestro objeto de estudio.

## **8.2. Metodología**

Como ya hemos desarrollado, la metodología del trabajo se basa, por un lado, en la revisión de la literatura sobre la economía colaborativa y de recursos compartidos: cómo se define, por qué surge, qué iniciativas existen y cómo afectan a la economía y la sociedad.

Por otro lado, la segunda parte de la investigación consiste en el análisis del conocimiento y la implicación de la comunidad universitaria en esta nueva economía de consumo y uso de recursos. Este análisis se ha llevado a cabo mediante la realización de una encuesta en papel a 80 estudiantes de tercer y cuarto curso del Grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Cádiz, incluyendo personas con una o varias titulaciones previas que se encuentran realizando la adaptación al grado. En dicha encuesta, se ha demandado a los participantes la aportación de respuestas anónimas, que sean honestas y veraces, para que se obtengan unos resultados de calidad que puedan ser empleados en futuras investigaciones.

El cuestionario se compone de 24 preguntas, de las cuales algunas cuentan con diferentes subapartados: por un lado se le demandan datos para la clasificación de la muestra, tales como edad, sexo, curso o titulaciones previas; por otro lado se plantean una serie de prácticas de colaboración sobre las que se demanda información acerca del conocimiento o no de la misma, la participación del encuestado en dicha práctica y una valoración de 1 a 5 puntos según el grado de acuerdo o desacuerdo que tienen con las cuestiones planteadas relacionadas con la práctica colaborativa en cuestión.

Con los datos obtenidos de las encuestas se realizan unos sencillos cálculos estadísticos para conocer los resultados, hacer comparaciones y establecer conclusiones. El cuestionario completo se puede consultar en el anexo I.

## **8.3. Población objeto de estudio**

En este estudio exploratorio se pretende analizar qué saben los estudiantes universitarios de la rama de economía sobre las prácticas de colaboración,



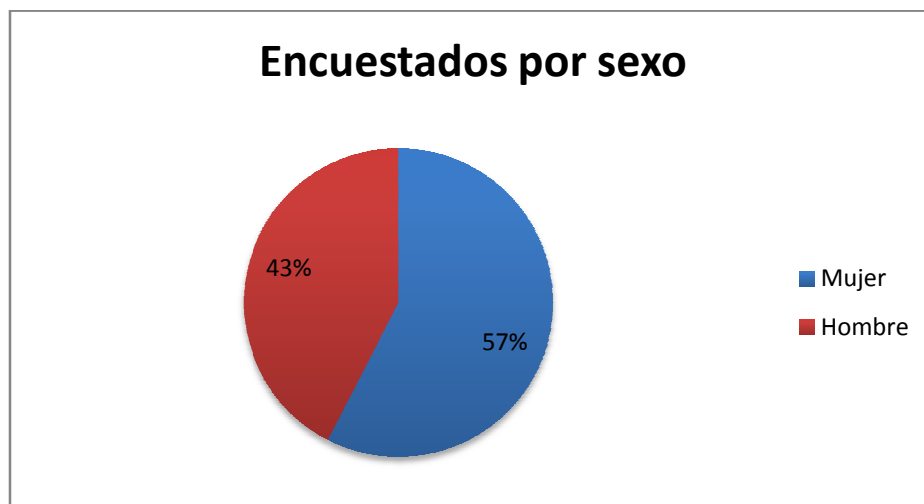
concretamente los relacionados con el sector financiero y contable. Para ello, se ha tomado una muestra de estudiantes del Grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Cádiz, a los que se les ha solicitado la cumplimentación del cuestionario elaborado para tal fin (ver anexo I).

#### 8.4. Muestra obtenida

El total de la muestra ha sido 80 personas. Para seleccionarlás, se han escogido diferentes horas de clase de los distintos cursos en la que la asistencia suele ser concurrida, y se ha pedido a todos los asistentes que completaran el formulario. Concretamente, se ha escogido la asignatura de Estados Contables de tercer curso de FYCO, perteneciente a la rama de contabilidad, por el alto grado de interés que se muestra por la asignatura, lo cual hace que la muestra sea representativa del total de matriculados en tercer curso del grado. Por su parte, la selección de encuestados de cuarto curso se ha obtenido en la asignatura de Valoración de Empresas, debido a que pertenece a la rama de finanzas y presenta un alto nivel de matriculación. Así mismo, se ha recopilado la opinión de los alumnos del grupo de adaptación global al grado, para ver si la tenencia de otra titulación anterior puede influir en el conocimiento sobre la economía colaborativa.

De este modo, se ha obtenido que el 58% de los encuestados son mujeres y el resto hombres, como podemos observar en el gráfico 8.1. Esta proporción es acorde con la proporción de alumnos matriculados por sexo en las asignaturas citadas anteriormente, por lo que, en este sentido, la muestra sería representativa.

Gráfico 8.1. Clasificación de encuestados por sexo

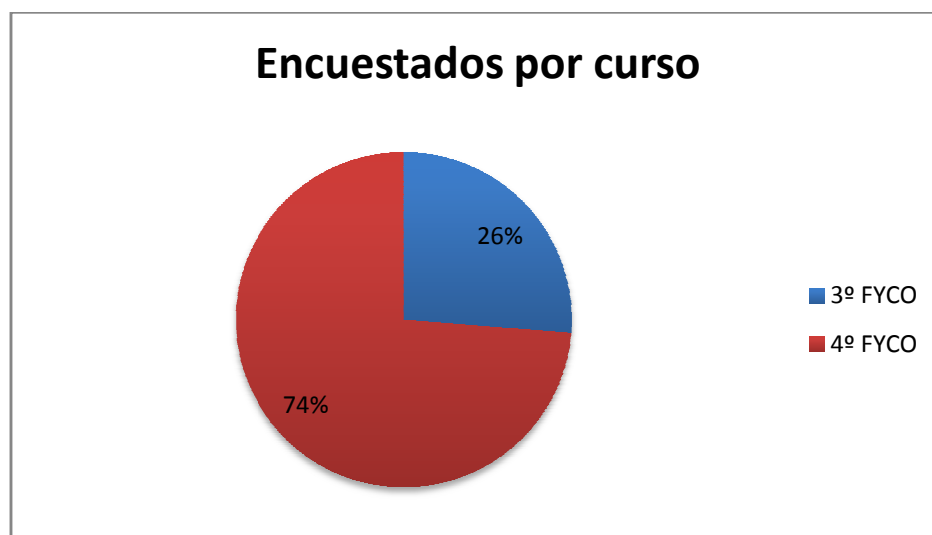


Fuente: elaboración propia

La muestra ha sido recolectada dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, estando enfocada a los alumnos de cursos superiores. El motivo que nos ha llevado a seleccionar esta muestra radica en que estos estudiantes son los que se aproximan más (en cuanto a tiempo se refiere) al acceso al mercado laboral por vía de la titulación, constituyendo ésta una formación adecuada para personas que trabajarán en ámbitos relacionados con la gestión de la economía financiera, sector muy importante en la economía en general, pero sobre todo en momentos de recesión del ciclo económico.

Así, el 74% de los encuestados se encuentra en el último curso del Grado en Finanzas y Contabilidad, incluyendo alumnos procedentes de otras titulaciones que finalizan el grado en un curso académico mediante la adaptación global de su titulación previa.

Gráfico 8.2. Clasificación de encuestados por curso

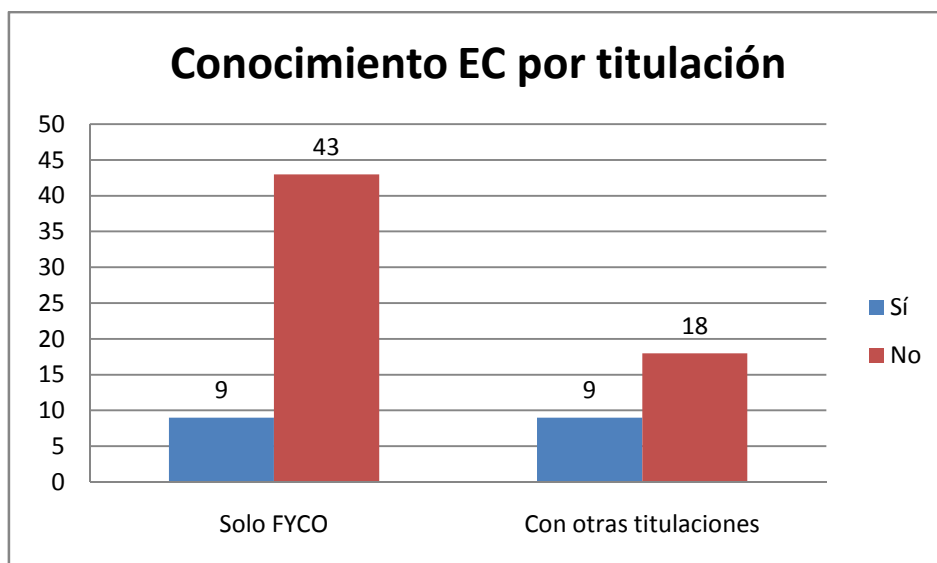


Fuente: elaboración propia

En el cuestionario se ha incorporado una pregunta acerca de si el encuestado posee alguna titulación previa, en la que se incluyen las titulaciones más afines impartidas por la Universidad de Cádiz como son el Grado en Administración y Dirección de Empresas o la ya extinta Diplomatura en Ciencias Empresariales. Con ello se analiza si el nivel de cualificación de la persona influye o no en el conocimiento que tiene la misma acerca de las prácticas de colaboración.

Para ello hemos seleccionado la pregunta sobre si conocen el término “economía colaborativa”. En el gráfico 8.3 se puede observar que la proporción de encuestados que no conoce el término es superior en los alumnos con una sola titulación, por lo que podemos considerar que el nivel de cualificación sí influye en el conocimiento del fenómeno.

Gráfico 8.3. Conocimiento economía colaborativa según titulaciones



Fuente: elaboración propia

Asimismo se deja un campo abierto para que el encuestado indique las posibles titulaciones adicionales que posea. En el siguiente gráfico podemos ver las que predominan entre los encuestados:

Gráfico 8.4. Clasificación de encuestados con otras titulaciones



Fuente: elaboración propia

Del total de encuestados, un 35% posee al menos una titulación adicional, lo cual es una cifra considerable. Esto puede deberse principalmente a la necesidad de obtener un plus en el currículum vitae a la hora de aspirar a un puesto de trabajo, ya que la oferta de empleo se ha visto altamente reducida por el periodo de crisis. Otros motivos pueden ser aspirar a titulaciones superiores en el caso de Técnicos

Superiores o, en el menor de los casos, por el placer de estudiar la titulación que más formación aporta a las salidas profesionales deseadas.

Dentro de este porcentaje encontramos que la titulación mayoritaria es el Grado en Administración y Dirección de empresas, con un 39%. Esto puede deberse a que los egresados suelen encontrar interés por materias de contabilidad o finanzas, por lo que intentan complementar su formación cursando las asignaturas que complementan al título.

En segundo lugar, y con un porcentaje similar (el 36%) vemos que son los Diplomados en Ciencias Empresariales los que demandan la obtención del Grado en Finanzas y Contabilidad. En este caso, su motivación puede encontrarse en el reciclaje tras la búsqueda de empleo insatisfecha, además del incentivo económico de las becas que ofrece el Estado.

Por último, encontramos un 25% de titulados con formación diversa, desde Ciclos Formativos de Grado Superior en Administración y Finanzas hasta Turismo, incluyendo un estudiante con formación en un Máster en Educación.

Este análisis de la muestra nos da una idea de que la sociedad no se ha quedado parada ante la crisis, sino que se ha movilizado con diferentes iniciativas, tanto individuales (como es la formación académica extra) como grupales (consumo colaborativo entre particulares).

### **8.5. Análisis de resultados**

El estudio que se está llevando a cabo tiene como objetivo conocer qué saben nuestros estudiantes y futuros gestores de la economía sobre las prácticas de colaboración entre particulares. Este interés viene motivado por la gran aceptación y desarrollo que está teniendo el fenómeno a nivel mundial, lo cual hace pensar que en un futuro no muy lejano estará bastante asentado en la economía, por lo que es importante que los profesionales en Finanzas y Contabilidad tengan conocimiento del mismo y sepan cómo afrontarlo.

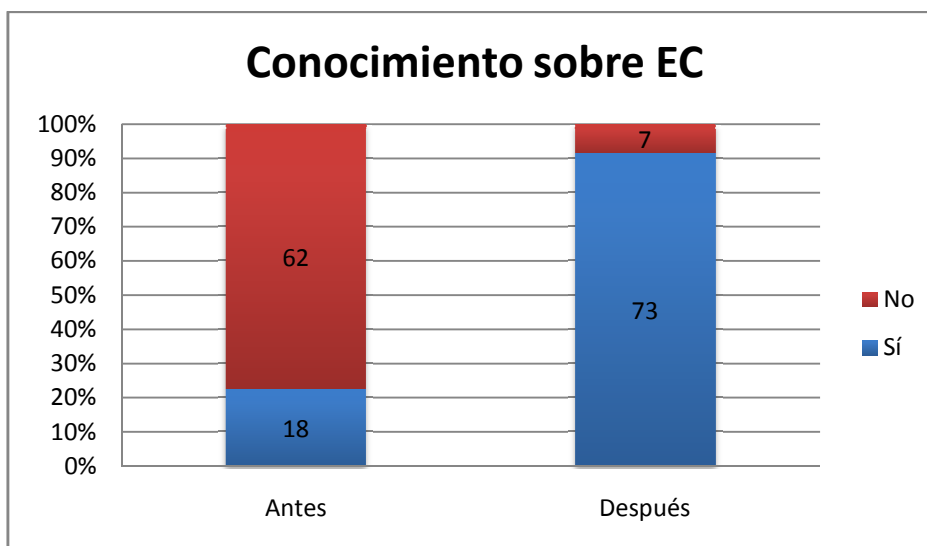
En este apartado se analiza el conocimiento de la economía colaborativa en general, y de diferentes prácticas de colaboración que están desarrollándose a pasos agigantados.

### 8.5.1. Conocimiento del término “economía colaborativa”

La primera cuestión que se les plantea a los alumnos participantes en la encuesta es si conocen el término “economía colaborativa”. Seguidamente se les ofrece una definición bastante clara y completa acerca del término (ver anexo I). Del análisis de la primera cuestión vemos que el grado de conocimiento a priori no es muy elevado: solo 17 de los 80 estudiantes encuestados han oído hablar de la economía de colaboración. Esto puede deberse a que en las aulas no se haya tratado este tema novedoso con detenimiento, o que no se relacione el concepto con el término puesto que, aunque en los medios de comunicación se habla del fenómeno, suele relacionarse con las empresas implicadas (como Blablacar, Uber, etc.) o las acciones concretas (compartir coche, crear un huerto ecológico, etc.) y no con su tecnicismo.

Tras ofrecerle una definición del tema que estamos tratando, la mayoría de los encuestados que desconocían el término pasan a relacionarlo con un concepto conocido, por lo que responden que ya “sí” reconocen qué es la economía colaborativa. Solo 7 de los 80 encuestados sigue sin saber de qué estamos hablando. En el siguiente gráfico podemos ver la representación de la variación que sufren las respuestas:

Gráfico 8.5. Reconocimiento del término “economía colaborativa” antes y después de leer la definición



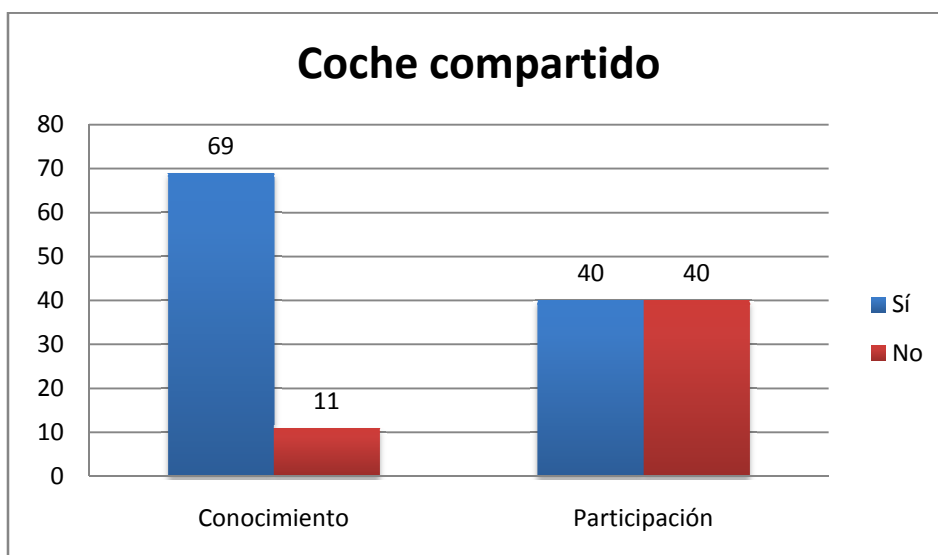
Fuente: elaboración propia

De este análisis podemos concluir que la economía colaborativa es un fenómeno que al menos “suena” a los estudiantes del Grado en Finanzas y Contabilidad. Pero, ¿están solo familiarizados con el término, o además se implican en las iniciativas?

### 8.5.2. Coche compartido: ¿quién no lo conoce?

Las iniciativas de coche compartido son las que más se conocen. El 86% de los encuestados sabe en qué consiste el compartir coche. Sin embargo, no todos los que lo conocen han participado, pues solo lo ha hecho un 50% del total (ver gráfico 8.6).

Gráfico 8.6. Conocimiento y participación en coche compartido

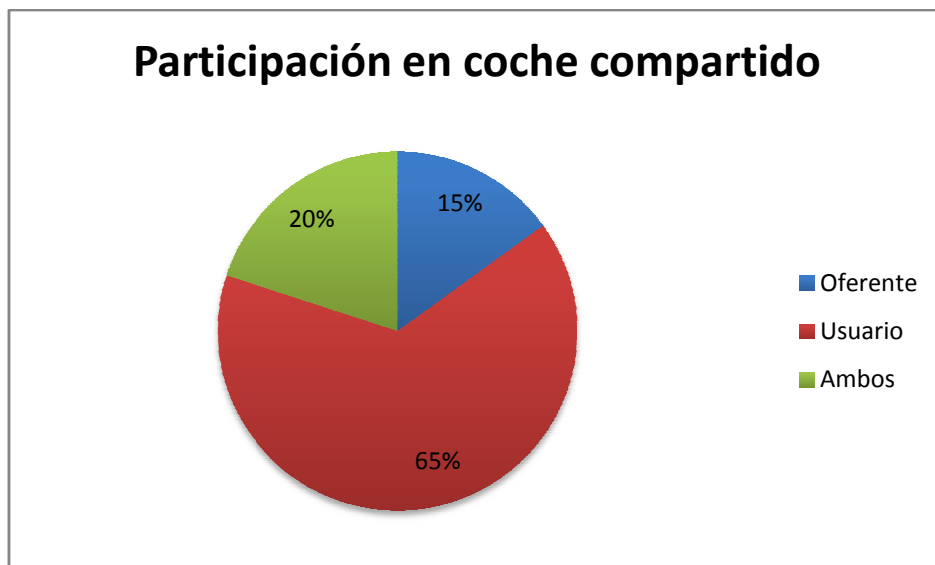


Fuente: elaboración propia

Dentro de este 50%, la mayor parte de los encuestados ha participado como usuario del servicio (un 85% si tenemos en cuenta a quienes participan en cualquiera de los dos supuestos, frente al 35% de oferentes en total) (ver gráfico 8.7). Esto puede deberse a que nuestra sociedad aún se muestra reticente al hecho que supone abrir las puertas tu coche a personas extrañas, siendo más confiados cuando somos nosotros quienes accedemos al vehículo de otras personas, más aún cuando vamos acompañados.

Independientemente de si conocía o no la iniciativa de compartir coche o había hecho uso de ella, se han propuesto varias afirmaciones relacionadas con el tema para que los encuestados valorasen de 1 a 5 su grado de acuerdo o desacuerdo con la información suministrada, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Así, podemos comprobar que, por término medio, los encuestados están dispuestos a participar en iniciativas de coche compartido, preferiblemente si se trata de compartir con personas del entorno como por ejemplo, venir en coche a la universidad, afirmación para la cual el 66% de los encuestados está totalmente de acuerdo.

Gráfico 8.7. Tipo de participación en coche compartido



Fuente: elaboración propia

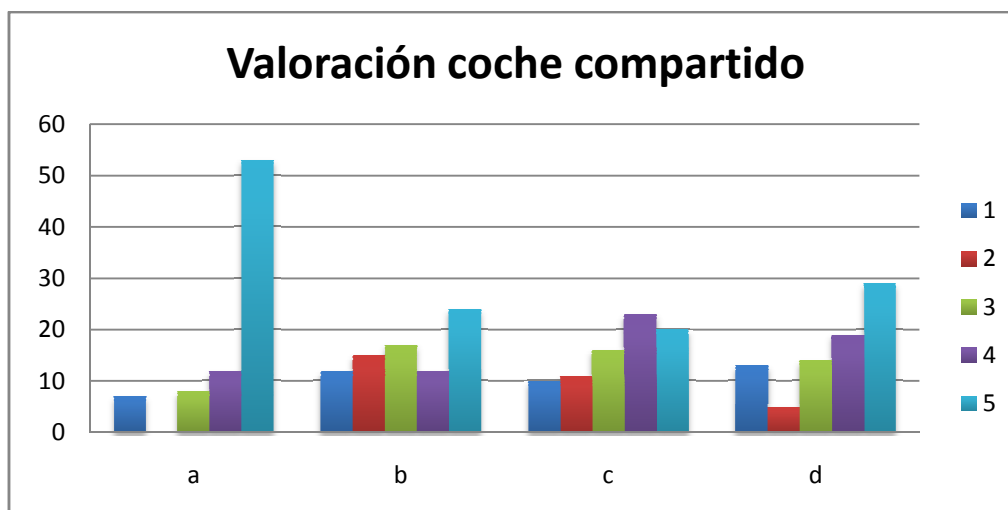
Por otro lado, si las distancias no son muy largas y, por tanto, los precios no son excesivamente elevados en las demás alternativas de transporte (tren, autobús, etc.) los encuestados, por término medio, se encuentran en una posición de indiferencia ante compartir coche o elegir otro medio de transporte, quizás porque la búsqueda de un viajero que se adapte a sus necesidades consume más recursos que ir directamente a comprar el billete a una empresa.

En cuanto al hecho de poner a disposición el propio vehículo para compartir gastos con otros usuarios, la media se muestra más bien afín, lo cual puede deberse a la necesidad de obtener ingresos extra por el periodo de crisis por el que continúa pasando la economía.

Por último, hemos podido comprobar que los encuestados están más bien de acuerdo con que esta iniciativa, que se está disparando en las redes sociales en Internet, parece sembrar el pánico en el sector del taxi, puesto que se concibe como una forma de competencia directa y desleal, ya que éstos tienen que soportar unos costes adicionales que deben ser cubiertos gracias a unos precios superiores.

En el siguiente gráfico se puede observar las valoraciones ofrecidas por los encuestados acerca de las afirmaciones sobre coche compartido:

Gráfico 8.8. Valoración de afirmaciones sobre coche compartido



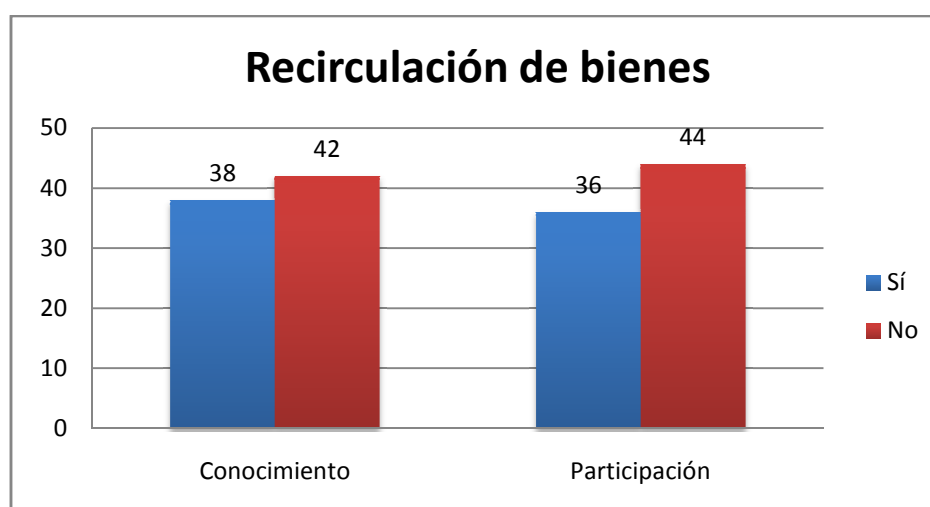
a. Para venir a la universidad comparto coche o estaría dispuesto a ello si encontrara con quién compartir.
b. Cuando viajo (distancias cortas o no muy largas) prefiero utilizar tren o autobús en lugar de buscar un coche para compartir con un extraño.
c. Estoy dispuesto a poner mi coche a disposición de otros usuarios para que me acompañen en los trayectos que realizo.
d. Compartir coche es una forma de competencia para el sector del taxi.

Fuente: elaboración propia

### 8.5.3. Recirculación de bienes: comprar, vender, donar

Como se observa en el gráfico 8.9 la recirculación de bienes parece ser conocida solo por la mitad de los encuestados, cantidad que podría haber sido superior (quizás por falta de familiarización con el tecnicismo). Así, cuando se le plantea a los encuestados si han participado en intercambio de bienes de segunda mano, algo menos del 50% responde afirmativamente (las personas que conocen el término no coinciden necesariamente con las participantes).

Gráfico 8.9. Conocimiento y participación en recirculación de bienes

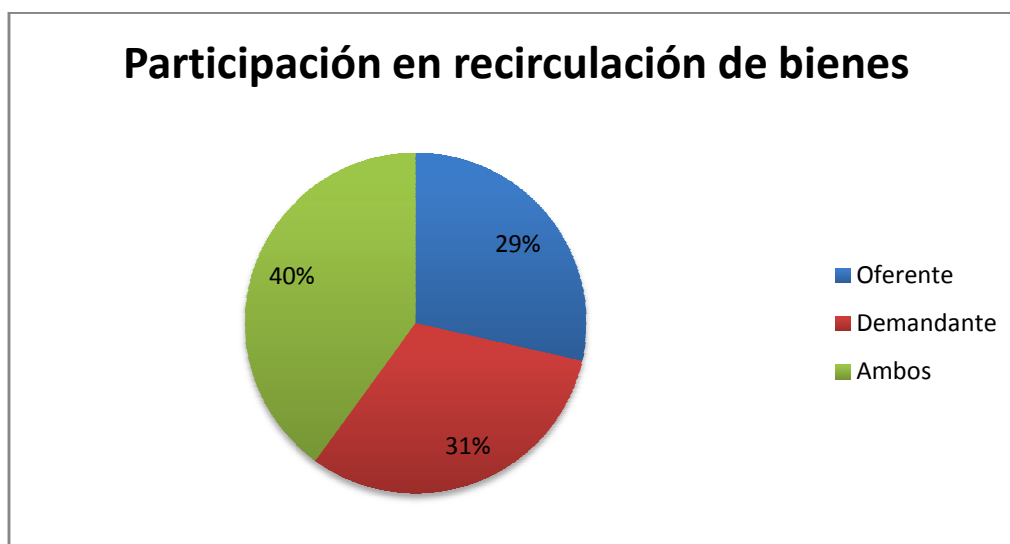


Fuente: elaboración propia



De los participantes en intercambio de bienes usados, no destaca ninguna de las posiciones en el mercado (oferente o demandante), sino que el porcentaje de participación de cada lado es similar (ver gráfico 8.10). Se podría decir que a veces necesitamos algo y otras veces nos queremos deshacer de lo que ya no nos sirve.

Gráfico 8.10. Tipo de participación en recirculación de bienes



Fuente: elaboración propia

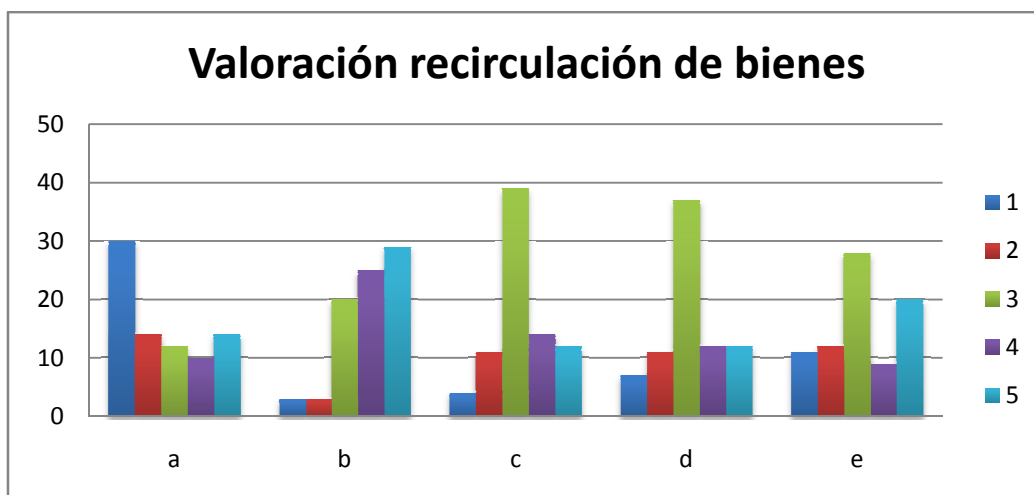
De las cuestiones planteadas se concluye que una buena parte de los encuestados no acude a redes sociales para intercambiar bienes de segunda mano, aunque muchos tienen en consideración esa posibilidad, pues la mayoría de ellos piensa que esta iniciativa tiene ventajas para las dos partes de la contraprestación.

Por otro lado, la mayoría de los encuestados se muestran indiferentes ante hacer o no una búsqueda de bienes de segunda mano antes de comprar un producto nuevo. Este resultado puede estar motivado por el tipo de bien en cuestión. Por ejemplo, es más aceptado comprar de primera mano ropa y calzado (con un nivel de renta medio-alto), mientras que si lo que se busca es un coche de paseo de bebé, es más probable que la persona se plantee comprarlo a otro particular, ya que el uso que le va a dar es puntual. Este mismo puede ser el motivo que explique la indiferencia de participar en un mercadillo de trueque, pues la tendencia es similar a la anterior.

En cuanto a la cuestión de regalar objetos en desuso a través de Internet, solo un 25% de los encuestados está totalmente de acuerdo, mostrando de nuevo un valor superior la indiferencia.

Con estos resultados se puede concluir que la población aún no se plantea del todo la entrada en esta era del acceso, pero en un futuro puede que cambien estos hábitos.

Gráfico 8.11. Valoración de afirmaciones sobre recirculación de bienes



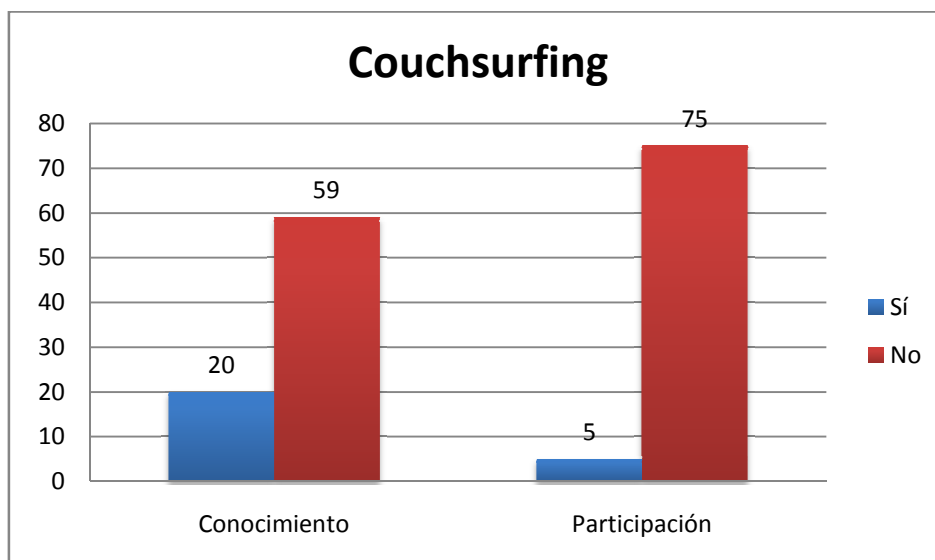
a. Participo en plataformas (como páginas de Facebook) para intercambiar bienes usados con otros usuarios.
b. El intercambio de bienes usados tiene ventajas para las dos partes.
c. Prefiero comprar los productos nuevos en vez de hacer una búsqueda acerca de si existe lo que busco de segunda mano a un mejor precio.
d. Me resulta interesante participar en un “mercadillo de trueque”.
e. Estoy dispuesto a regalar cosas que ya no uso a través de páginas de internet, en vez de tirarlas.

Fuente: elaboración propia

#### 8.5.4. Couchsurfing, ¿un deporte?

Este término inglés, que proviene de la expresión “surfear tu sofá”<sup>6</sup> es conocido solo por el 25% de los encuestados, de los cuales muy pocos son los que han participado en alguna ocasión, suponiendo tan solo un 6% del total (ver gráfico 8.12).

Gráfico 8.12. Conocimiento y participación en couchsurfing



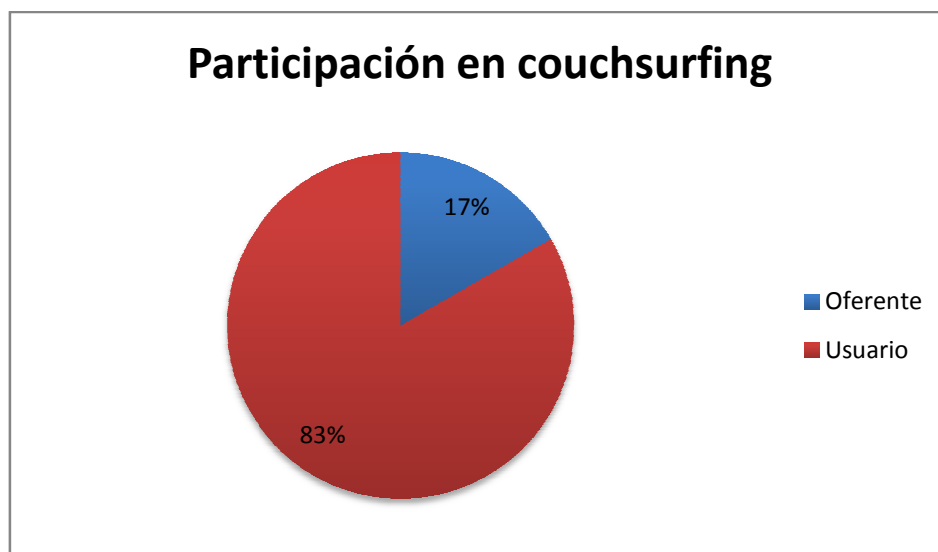
Fuente: elaboración propia

<sup>6</sup> <http://labrujulagitana.blogspot.com.es/2012/02/couchsurfing-un-trueque-cultural-cambio.html>

En cuanto al tipo de participación, el 83% lo hace como usuario, siendo más reticentes para ofrecer alojamiento a desconocidos (ver gráfico 8.13.). Aquí puede tratarse de un tema de confianza, que no debería ser muy complicado de resolver si la persona está ya implicada en este tipo de iniciativas y abierta a la experiencia.

Con el escaso número de encuestados participantes no podemos tomar las siguientes conclusiones como totalmente válidas, pero sí que nos da una aproximación a la realidad.

Gráfico 8.13. Tipo de participación en couchsurfing



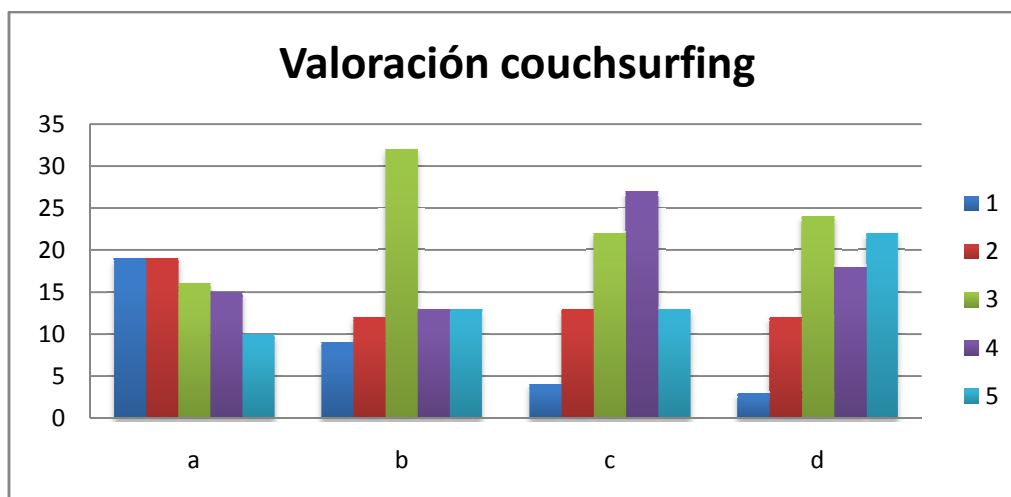
Fuente: elaboración propia

En el gráfico 8.14 queda reflejado que, de media, los encuestados no están muy dispuestos a ofrecer alojamiento esporádico a visitantes a cambio de alojamiento “gratis” en otras zonas donde no residen. Viajar “gratis” es tentador, pero probablemente preferirían pagar un poco por obtener algo más de seguridad (tanto en el destino como en su propia casa).

Si, por el contrario, el alojamiento es de larga duración, los estudiantes se muestran más bien indiferentes ante ofertas de alojamiento y convivencia con personas mayores, mostrando algo más de interés si la persona con la que compartir residencia fuera otro joven, pero con discapacidad. La explicación puede venir dada por la seguridad y bienestar que puede reportar, pues a veces se considera a las personas mayores “una carga”. Y comparándolo con el alojamiento esporádico, en el de larga duración se dan relaciones más estables que aportan seguridad y confianza.

Por último, el promedio de estos jóvenes está de acuerdo en que la propiedad privada no debe ofrecerse a desconocidos por el riesgo que conlleva (hurtos, conflictos personales, etc.), lo que explica los resultados anteriores.

Gráfico 8.14. Valoración de afirmaciones sobre couchsurfing



a. Estoy dispuesto a participar en una plataforma en la que pueda encontrar alojamiento gratuito en diferentes partes del mundo y, a cambio, ofrecer alojamiento a los visitantes.
b. Para vivir en una ciudad que no es mi residencia habitual, estaría dispuesto a alojarme con personas mayores y poder ofrecerles mi ayuda.
c. Para vivir en una ciudad que no es mi residencia habitual, estaría dispuesto a compartir piso con otros jóvenes con discapacidad y poder ofrecerles mi ayuda.
d. La propiedad privada no debe ofrecerse a cualquier persona sin conocerla, puesto que existen riesgos de hurto, conflicto de personalidad, etc.

Fuente: elaboración propia

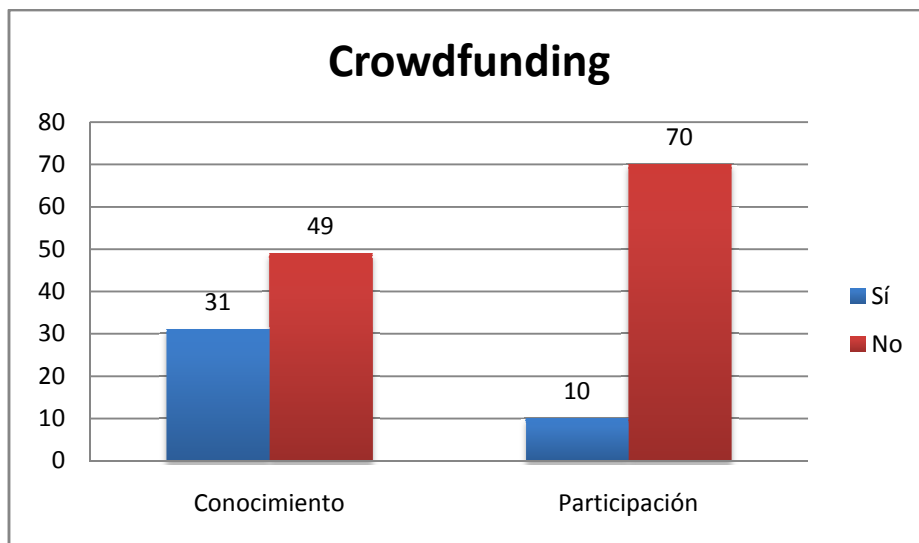
#### 8.5.5. Crowdfunding, financiación colectiva o micromecenazgo

Esta iniciativa es una buena opción para muchos emprendedores que no tienen fondos y no pueden conseguirlos. Pero, si nuestros estudiantes deciden emprender, ¿tienen en cuenta esta posible fuente de financiación? Por los resultados de las encuestas podemos intuir que no demasiado, puesto que solo el 39% del total de encuestados conocen esta iniciativa. Por su parte, el nivel de participación en financiación colectiva es muy bajo (12% del total), como se puede observar en el gráfico 8.15.

En cuanto al tipo de participación, se encuentra en equilibrio el nivel de oferentes y usuarios de fondos colectivos de la muestra (ver gráfico 8.16).

Las opiniones concernientes a la financiación colectiva apuntan a que, si el proyecto a financiar va a repercutir positivamente en el futuro del encuestado, sí estaría más bien dispuesto a participar en la recaudación (ya sea aportando o ayudando a recabar los fondos).

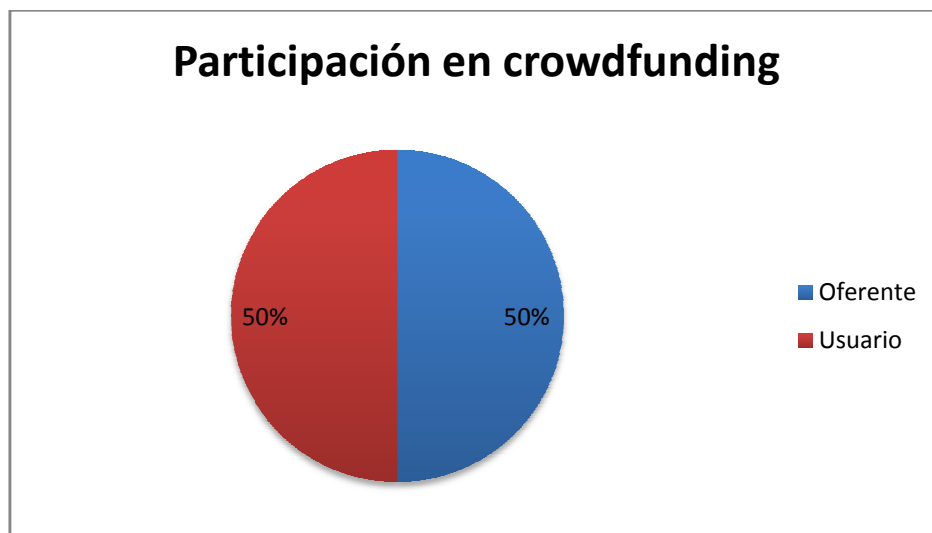
Gráfico 8.15. Conocimiento y participación en crowdfunding



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, los encuestados se muestran, por término medio, indiferentes ante la posibilidad de tomar prestado dinero de una entidad bancaria o acudir una colectividad. Esto puede depender mucho del fin que persiga esa iniciativa, la posibilidad de obtener financiación dependiendo de la vía elegida, el coste que puede acarrear movilizar a un número importante de personas si la iniciativa requiere una cantidad considerable de fondos, etc.

Gráfico 8.16. Tipo de participación en crowdfunding



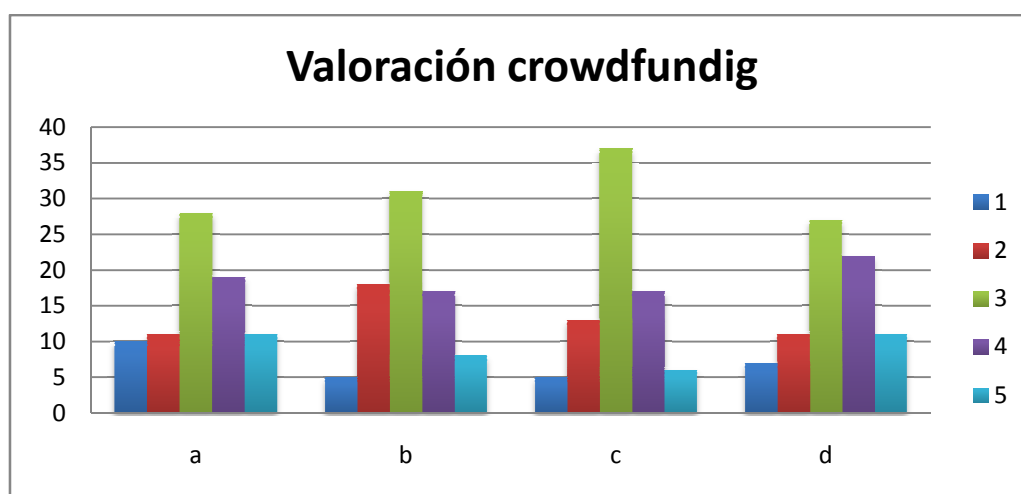
Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que el hecho de que el proyecto a financiar sea más o menos creativo no tiene influencia en exceso a la hora de opinar sobre si este método de financiación puede funcionar o no. Por ejemplo, la construcción de un nuevo edificio

en la Universidad de Cádiz no es un proyecto creativo, pero puede requerir la necesidad de fondos de los universitarios y éstos ofrecer su apoyo para que el objetivo se consiga.

Finalmente, si el objeto de financiación es un proyecto de investigación científica, los encuestados se muestran, en general, con una mayor predisposición a colaborar, lo cual puede deberse a la concienciación de la necesidad de desarrollo científico (por ejemplo, investigación para evitar o encontrar remedios a ciertas enfermedades). Las afirmaciones anteriores se pueden observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 8.17. Valoración de afirmaciones sobre crowdfunding



a. Estoy dispuesto a colaborar en la recaudación de fondos para proyectos que servirán para mi futuro (ej: construcción de un edificio para la universidad que me permita trabajar mejor).
b. Para conseguir una financiación de importante cuantía, es mejor y menos costoso pedir un préstamo a un banco que intentar movilizar a un elevado número de personas que se impliquen.
c. El <i>crowdfunding</i> solo puede funcionar con proyectos creativos. Otro tipo de necesidades de financiación han de realizarse a través de entidades de crédito.
d. Estoy dispuesto a colaborar en la recaudación de fondos para el desarrollo de la investigación científica.

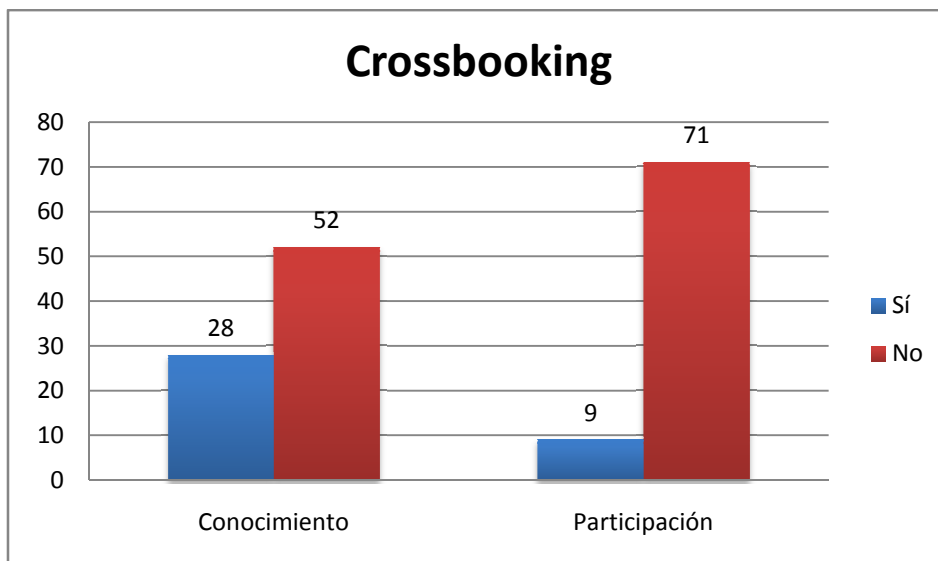
Fuente: elaboración propia

#### 8.5.6. Crossbooking: ¡libera tus libros!

El término que hace referencia a la “liberalización de libros”<sup>7</sup> no es muy conocido por los estudiantes, a pesar de que en la universidad se pueden ver carteles que lo difunden. Solo el 35% de los encuestados ha oído alguna vez hablar de ello, y un 11% del total ha participado (ver gráfico 8.18).

<sup>7</sup> <http://www.bookcrossing-spain.com/>

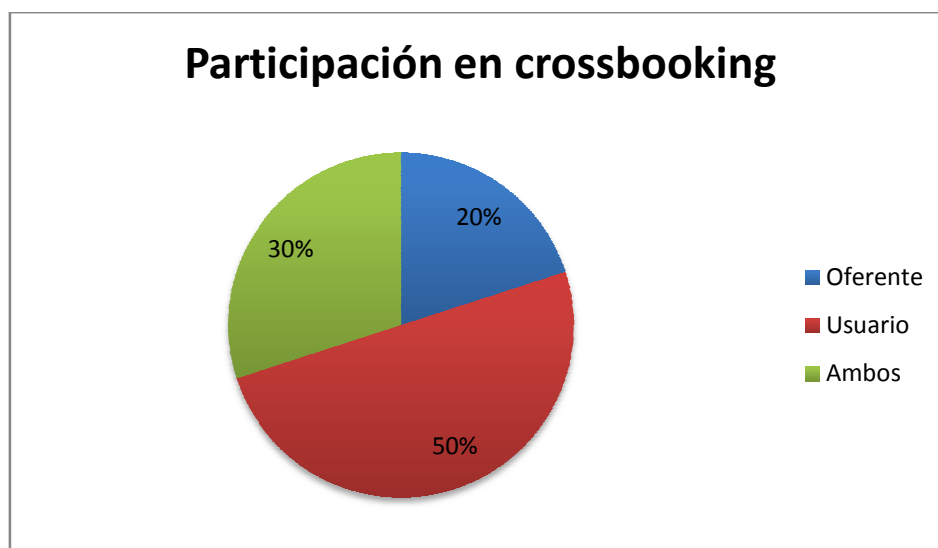
Gráfico 8.18. Conocimiento y participación en corsbooking



Fuente: elaboración propia

Por su parte, la participación que más abunda en esta práctica colaborativa es la de lector (80% frente a 50% de oferentes de libros, teniendo en cuenta a los que participan de ambos lados) (ver gráfico 8.19.). Aquí se muestra de nuevo la reticencia que existe en nuestra sociedad a prestar nuestros bienes a los demás.

Gráfico 8.19. Tipo de participación en crossbooking



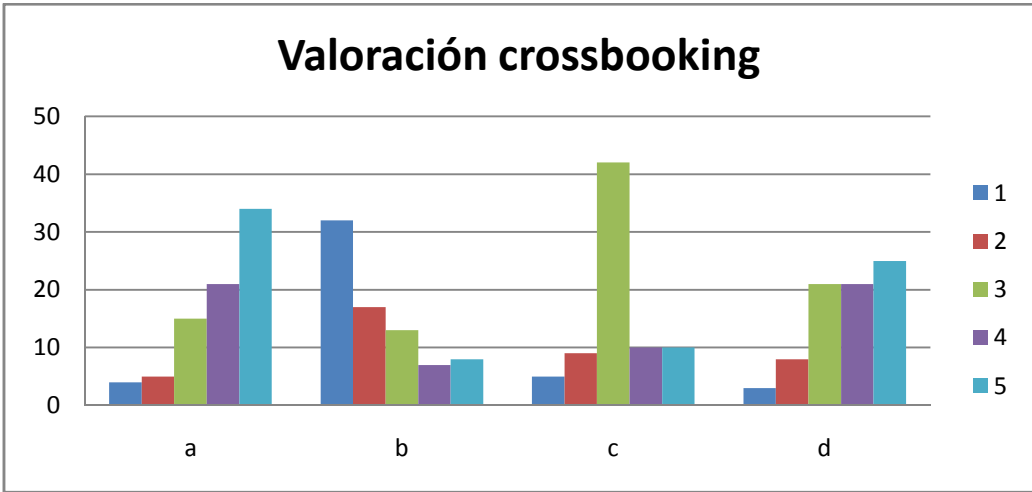
Fuente: elaboración propia

A pesar de los resultados anteriores, los encuestados coinciden en que intercambiar libros es una buena iniciativa para divulgar el conocimiento. Sin embargo, no se han “aprovechado” de este conocimiento impregnado en los libros, pues no han participado leyendo uno de ellos y depositándolo en otro lugar para que distintas personas se nutran también de él. Aún no confiamos en dar el paso.

A continuación se plantea una cuestión sobre si la iniciativa de crossbooking puede no funcionar debido a que ciertas personas no devuelvan los libros, quedándose los en su propiedad (y volviendo, por tanto, al principio). Ante ello, los encuestados se muestran algo indiferentes, por término medio, quizás porque no todos confían en la ética de las personas.

Por último, cabe destacar que los encuestados están más bien de acuerdo en que deberían existir más espacios, tanto cerrados como al aire libre, donde poder depositar libros y tomar para su lectura otros que estén disponibles, presumiblemente por el hecho de que, en su mayoría, están a favor de la divulgación del conocimiento.

Gráfico 8.20. Valoración de afirmaciones sobre crossbooking



a. Me parece interesante el <i>crossbooking</i> o "intercambio de libros" como una forma de divulgar el conocimiento.
b. Alguna vez he tomado un libro de <i>crossbooking</i> para su lectura y lo he devuelto a otro sitio.
c. El <i>crossbooking</i> no funciona porque hay personas que se quedan con los libros.
d. Me gustaría que hubiera espacios cerrados (como la biblioteca habitual) o al aire libre donde depositar libros para compartir, con una zona para su lectura.

Fuente: elaboración propia

### 8.5.7. Open acces o acceso abierto

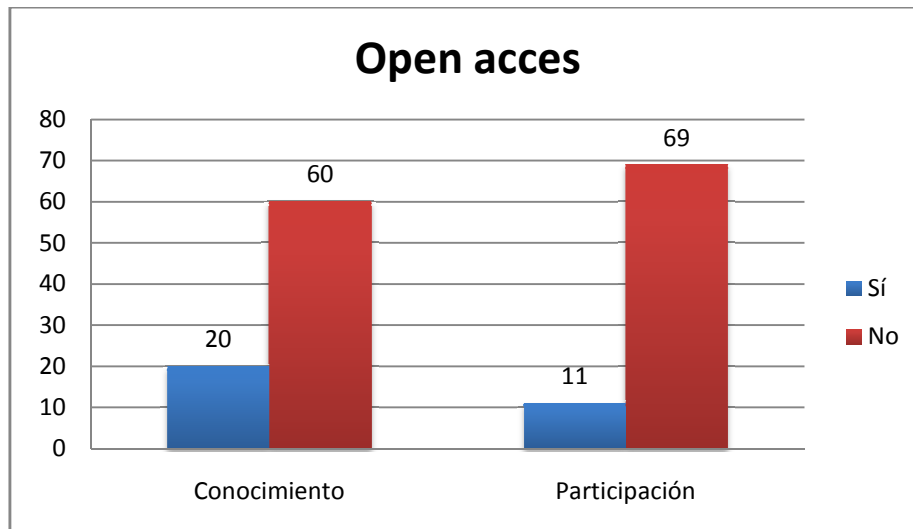
Otra iniciativa de recursos compartidos es el acceso abierto a información, la cual vuelve a ser poco conocida entre los encuestados por el término (25%) e igualmente con poca participación (14% del total), como podemos ver en el gráfico 8.21.

Con respecto al tipo de participación de los encuestados es mayoritariamente de usuario (83%, incluyendo quien participa también de oferente) (ver gráfico 8.22). Esto puede deberse al nivel educativo en que se encuentra la población objeto de



estudio pues, normalmente, en este nivel aún no se han hecho grandes publicaciones para divulgar.

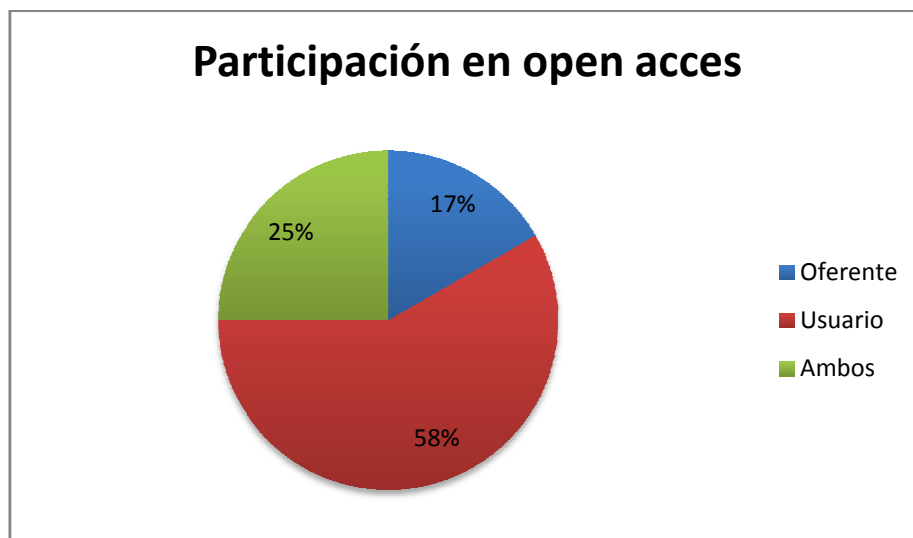
Gráfico 8.21. Conocimiento y participación en open acces



Fuente: elaboración propia

Ya en la iniciativa anterior (crossbooking) los resultados avicinaban que a las personas les interesa que la información fluya, más aún cuando se trata de temas que son relevantes para la investigación científica. Y esto es lo que muestran los resultados de las encuestas.

Gráfico 8.22. Tipo de participación en open acces



Fuente: elaboración propia

Son muy pocos los que no manifiestan interés por acceder a recursos bibliográficos ofreciendo otro material informativo a cambio (pues a veces no todo es gratis). Además, la media está de acuerdo con que la divulgación de la información

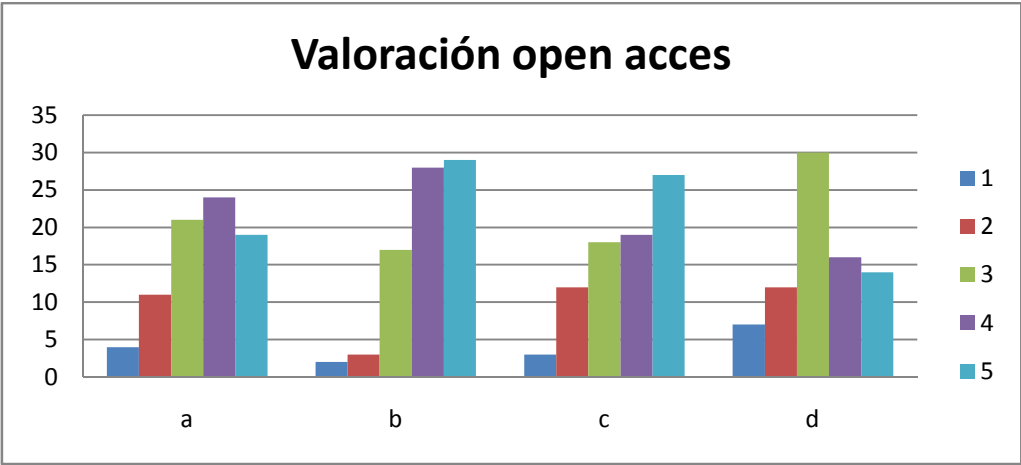
contribuye a la investigación científica de cualquiera de las ramas de conocimiento, desde económicas hasta química.

También, por término medio, los encuestados están interesados en recibir formación complementaria online (debería ser lógico, pues es positivo para su futuro).

Pero cuando se les plantea una cuestión acerca si debería ser totalmente libre el acceso o si en ocasiones sería conveniente ofrecerlo por la pertenencia a una comunidad, los encuestados muestran algo de indiferencia, presumiblemente por las ventajas e inconvenientes que pueda ocasionar.

El siguiente gráfico refleja las respuestas a las preguntas planteadas en la encuesta:

Gráfico 8.23. Valoración de afirmaciones sobre open acces



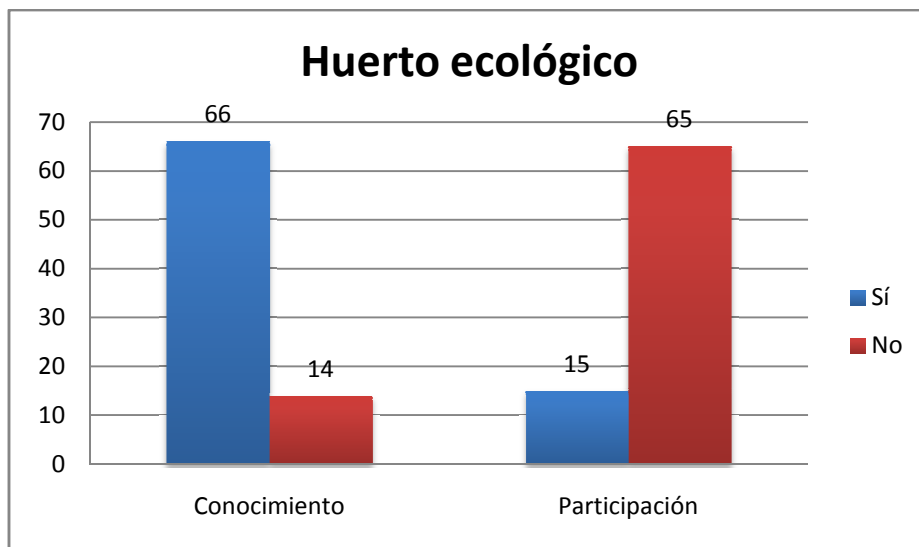
a. Me interesa poder acceder a recursos bibliográficos y poder ofrecer otro material informativo a cambio.
b. Divulgar información mediante Software Libre es bueno para la investigación y la evolución de las diferentes ciencias (económicas, sociales, químicas, de la salud, etc.).
c. Estoy interesado en recibir formación complementaria online.
d. Hay cierto tipo información que no debe ser completamente libre, sino accesible a través de diferentes medios, como por ejemplo la pertenencia a una comunidad (UCA), puesto que el acceso libre a la información es desfavorable económicamente para los autores.

Fuente: elaboración propia

### 8.5.8. Huerto ecológico: buscando la sostenibilidad

El huerto ecológico es otra de las iniciativas reconocidas por la mayoría de los encuestados (83% del total), quizás porque lleva mucho más tiempo intentando hacerse un hueco en la sociedad con motivo de perseguir la sostenibilidad del planeta. Sin embargo, la participación no es demasiado elevada (19% del total), como podemos ver en el gráfico 8.24.

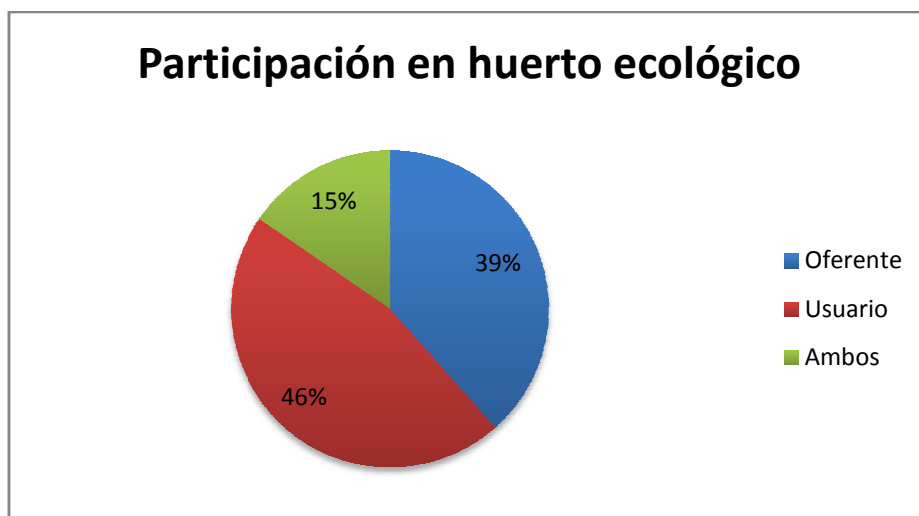
Gráfico 8.24. Conocimiento y participación en huerto ecológico



Fuente: elaboración propia

De los participantes por tipo la diferencia no es significativa: podemos decir que el número de oferentes y usuarios está en equilibrio (ver gráfico 8.25).

Gráfico 8.25. Tipo de participación en huerto ecológico



Fuente: elaboración propia

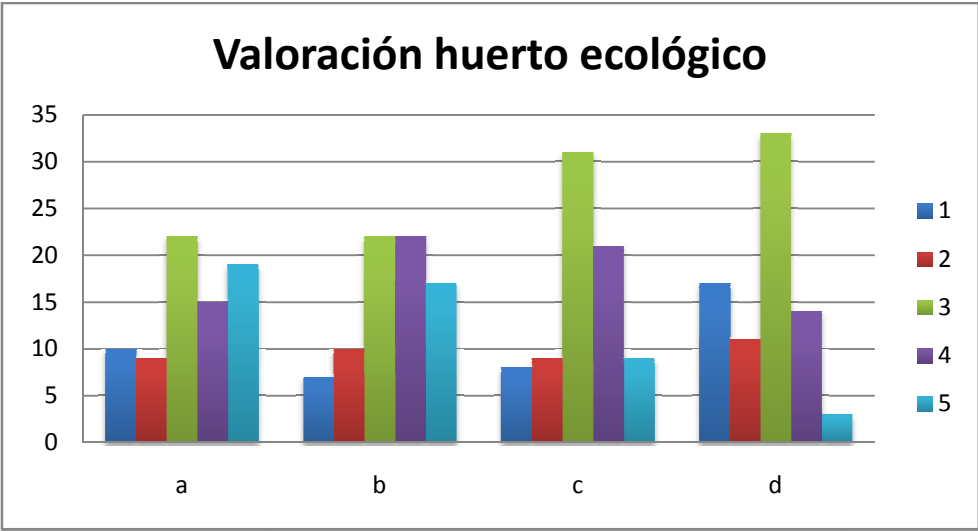
De las valoraciones de los encuestados se concluye que la predisposición a participar en un huerto ecológico es más bien alta. Eso sí, teniendo en cuenta que sea a pequeña escala pues, de lo contrario, piensan que no sería viable. Aquí vemos presente el interés por la búsqueda de un desarrollo sostenible, pero que en realidad no se lleva a cabo en la mayoría de los casos.

Según la opinión de los estudiantes, esta iniciativa puede tener inconvenientes a raíz de las limitaciones meteorológicas o de otro tipo, por lo que conlleva ciertos riesgos.

Quizás éste es uno de los motivos por los que no se practica mucho, pues el interés, la ilusión y los recursos empleados en el desarrollo de la práctica pueden no dar fruto.

Por último, la mayoría de encuestados no cree que pueda afectar demasiado al sector de la alimentación, pues la competencia que pueda ejercer es mínima, sobre todo si la iniciativa se lleva a nivel particular. En el siguiente gráfico se pueden ver las valoraciones obtenidas sobre las afirmaciones relativas al huerto ecológico:

Gráfico 8.26. Valoración de afirmaciones sobre huerto ecológico



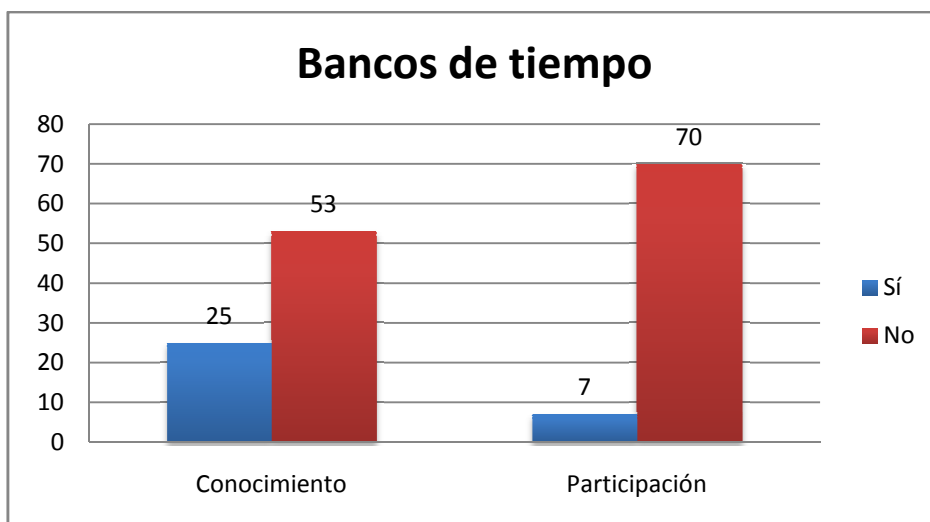
a. Me gustaría participar en un huerto ecológico.
b. Un huerto ecológico es una buena idea a nivel particular, entre amigos o familiares, pero no es sostenible a escalas superiores.
c. Es un poco difícil llevar a cabo esta iniciativa, puesto que hay factores externos (como el clima) que pueden ocasionar problemas.
d. Crear un huerto ecológico puede afectar al sector, pues es un modo de competencia.

Fuente: elaboración propia

#### 8.5.9. Bancos de tiempo

Con respecto al intercambio de “horas de servicio” se puede decir que es una práctica algo más conocida que otras, con un 32% sobre el total y un 9% de participación (ver gráfico 8.27).

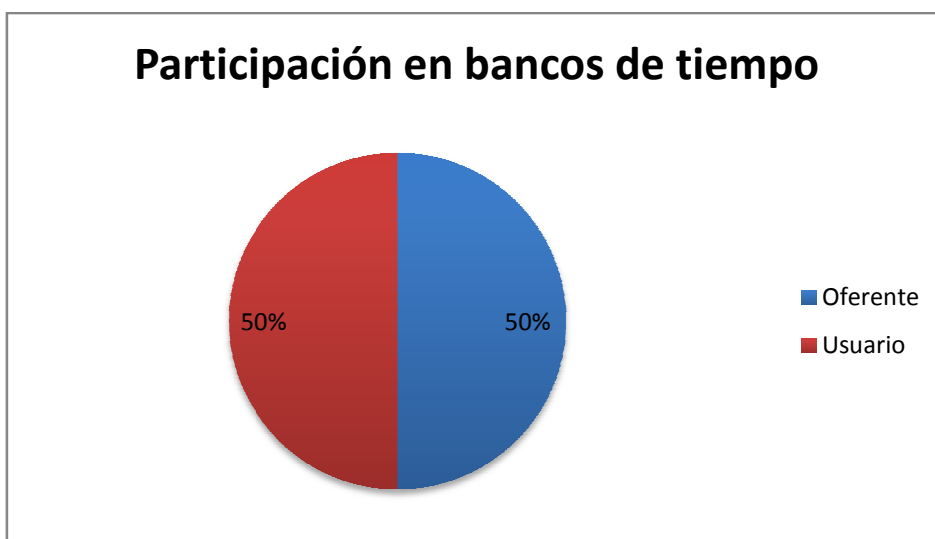
Gráfico 8.27. Conocimiento y participación en bancos de tiempo



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la proporción de oferentes y usuarios es el 50% en cada caso.

Gráfico 8.28. Tipo de participación en bancos de tiempo



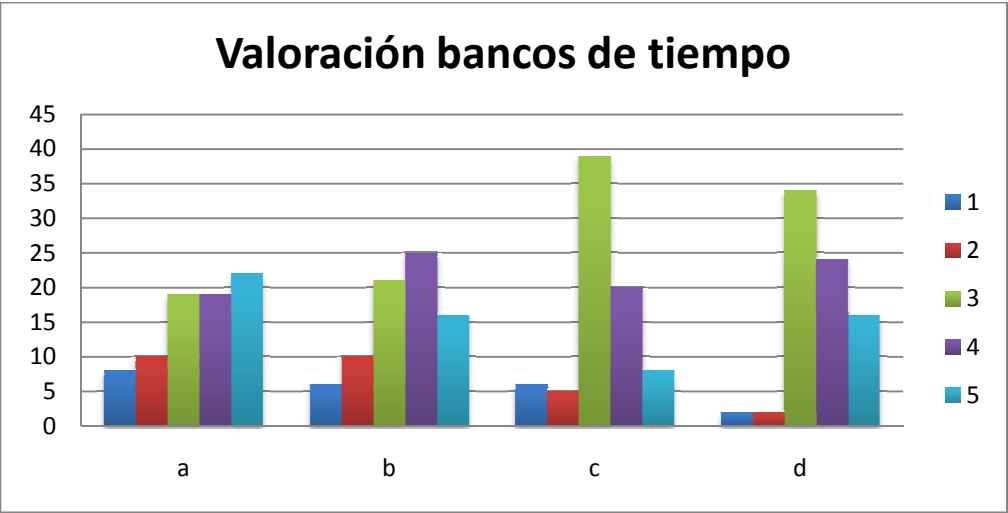
Fuente: elaboración propia

La mayoría de los encuestados valoran positivamente el intercambio de horas de servicios (por ejemplo, limpieza por clases particulares), pero también creen que puede ser algo complicado encontrar personas con las que intercambiar los servicios (aunque esto se ve reducido hoy en día por los avances de las tecnologías de la información y comunicación, que hace más fácil seleccionar criterios específicos de búsqueda).

Pocos son, por otro lado, los que opinan que estas iniciativas no tienen por qué perjudicar a profesiones de poca cualificación. Si bien hemos visto que algunas de las quejas que surgen con la proliferación de iniciativas de economía compartida es la competencia desleal, aquí no afectaría mucho, pues una gran cantidad de servicios de los que estamos tratando se sitúan en economía sumergida, por lo que quizás podría perjudicar algo, pero no en exceso.

Por otro lado, opinan que lo más complicado de conseguir aquí es la obtención de una similar relación calidad-“precio” (entendido como número de horas), pues las cualificaciones son diferentes (calidad de los servicios, velocidad, ritmo, etc). En el siguiente gráfico se observan los resultados obtenidos tras las valoraciones de las afirmaciones dadas:

Gráfico 8.29. Valoración de afirmaciones sobre bancos de tiempo



a. Me gustaría recibir clases particulares (u otros servicios) y poder ofrecer a cambio otros servicios por el mismo periodo de tiempo (hacer de canguro, limpieza, otras clases particulares, etc.).
b. Es muy difícil encontrar personas con las que intercambiar los servicios que necesitan los dos usuarios.
c. Los bancos de tiempo pueden perjudicar a ciertas profesiones que no requieren excesiva cualificación (profesor de clases particulares en niveles bajos, limpiadoras, pintores, etc.)
d. Es difícil ajustar el “precio” (número de horas) si la calidad de los servicios difieren sustancialmente de unos oferentes a otros.

Fuente: elaboración propia

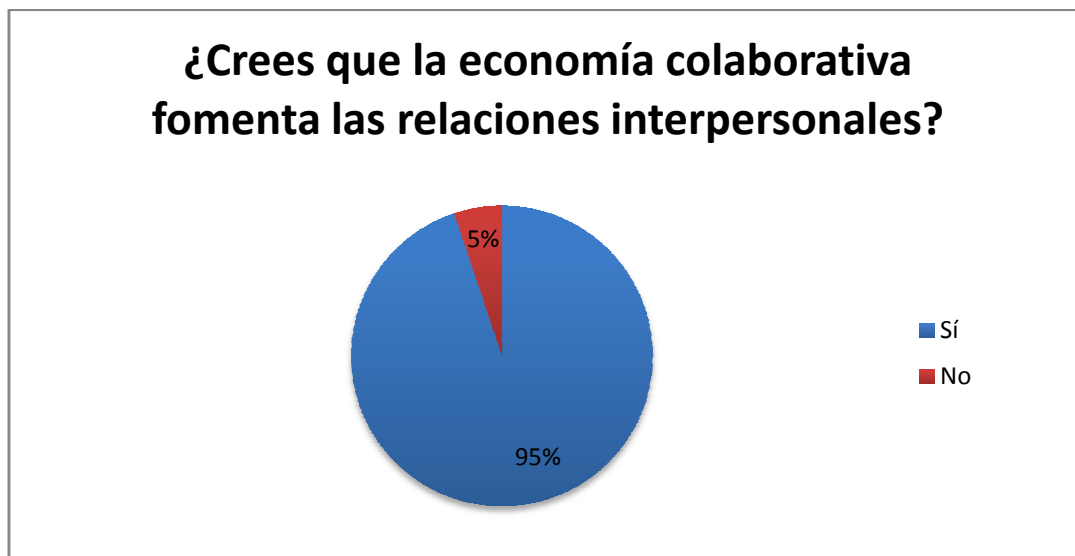
#### 8.5.10. Análisis de los resultados cualitativos

En este último apartado se obtienen resultados cualitativos que aportan una visión general de la opinión de los encuestados acerca de la economía colaborativa, obtenida fundamentalmente mediante una cuestión con campo abierto para expresar cualquier comentario.

En primer lugar, hay que destacar que ninguno de los encuestados conoce iniciativas de economía colaborativa diferentes de las planteadas en el cuestionario, de hecho, un encuestado comenta anecdóticamente que “no conocía que hubiera tantas”.

Por otro lado, podemos concluir que la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que la economía colaborativa fomenta las relaciones interpersonales, como se puede observar en el gráfico 8.30.

Gráfico 8.30. Opinión sobre economía colaborativa y relaciones interpersonales



Fuente: elaboración propia

Para finalizar, se va a analizar el último campo introducido en el cuestionario en el cual se le demanda a los encuestados que aporten su opinión, en términos generales, sobre la Economía Colaborativa. Cualquier comentario de los encuestados es de gran interés para este análisis, el cual tiene carácter exploratorio, es decir, se pretende realizar una primera aproximación al grado de aceptación y valoraciones generales sobre este nuevo modelo económico.

A priori, cabe destacar que el hecho de que 45 encuestados hayan hecho comentarios adicionales, a pesar de lo extenso que es el cuestionario, es un indicador del interés que muestran los estudiantes del Grado en Finanzas y Contabilidad sobre el tema.

Así, de los comentarios que ha proporcionado la muestra de estudiantes (ver anexo II) se han obtenido una serie de ideas clave a tener en cuenta, las cuales se muestran en la tabla 8.1 y que pasamos a comentar a continuación.

Tabla 8.1. Relación de ideas clave con comentarios de los encuestados

Ideas principales	Cuestiones relacionadas
Contexto económico de crisis	C1, C5, C8, C9, C14, C28, C33, C37, C45
Desconocimiento de iniciativas	C2, C36
Iniciativa buena e interesante	C3, C4, C5, C6, C7, C8, C10, C11, C14, C15, C16, C17, C18, C19, C20, C23, C24, C25, C26, C27, C28, C30, C34, C35, C36, C37, C39, C40, C41, C42, C43, C44, C45
Iniciativa innovadora	C12, C13, C29
Facilidad de acceso a bienes y servicios	C2, C3, C9, C10, C11, C12, C15, C28, C33, C37, C38, C41
Relaciones interpersonales	C3, C9, C15, C21, C27, C34, C35, C43
Ahorro de costes	C14, C20, C32, C41
Optimización de recursos	C3, C38
Avance hacia el futuro	C2, C6, C13, C32, C44
Dificultad de aplicación	C17, C22, C24, C25, C26, C36

Fuente: elaboración propia

Por lo general, los usuarios encuestados muestran una actitud positiva hacia la colaboración, considerado, en algunos casos, como un fenómeno innovador. Un factor de influencia importante es la situación de crisis económica por la que pasa la sociedad, que se ha visto en muchos casos en una imposibilidad de cubrir incluso las necesidades básicas de la familia y ha tenido que recurrir a familiares cercanos, amigos o instituciones sociales. Este drama social ha estado tan presente que las personas han sentido más empatía para con sus semejantes, fomentándose el interés por ayudar a los más necesitados.

Los encuestados también opinan que estas iniciativas facilitan el acceso a determinados bienes y servicios que no estén al alcance, ya sea por condiciones geográficas o socio-económicas, si bien piensan que aún no es un fenómeno ampliamente conocido.

Así mismo, las prácticas colaborativas requieren la interacción de las personas particulares que se implican, sin considerar ningún tipo de relación con ninguna



organización empresarial, por lo que el trato puede ser algo más cercano, favoreciéndose así las relaciones interpersonales.

Algunos de los encuestados opinan que estas iniciativas son el mañana, pues ayudan a ahorrar costes y optimizar recursos, promueven el emprendimiento y aportan mejoras para la sociedad en su conjunto al tratarse de un comercio responsable y solidario. Además, su desarrollo se ve potenciado por la globalización de la economía mundial.

Sin embargo, los más escépticos piensan que la idea que subyace es buena, pero es complicado que sea viable. Algunos creen que sólo en determinados casos se puede llevar a cabo, por ejemplo, ante la recesión económica.

## **9. Conclusiones**

A lo largo de este trabajo se ha puesto de manifiesto que el fenómeno de la economía colaborativa está adquiriendo una importancia bastante significativa en la actualidad, ya que está surgiendo con mucha fuerza a nivel mundial.

Algunos autores (Rifking, 2000) ya pronosticaban que iba a comenzar la era del acceso, dejando a un lado la propiedad de bienes. Así, la recesión económica y los avances tecnológicos han impulsado este resurgimiento, retomando la economía de trueque con un claro éxito, tanto por la facilidad de llevar a cabo las prácticas colaborativas en el momento actual como por la aceptación que está teniendo.

Con la gran variedad de estudios llevados a cabo por investigadores se comprueba que las prácticas colaborativas facilitan la vida a multitud personas, ya sea por el hecho de satisfacer necesidades económicas, sociales, geográficas, cognitivas, etc.

Es por ello por lo que durante estos años han proliferado iniciativas de todo tipo, desde compartir viajes en coche hasta la financiación colectiva, las cuales no podrían llevarse a cabo si no mediara la confianza entre los participantes.

No obstante, la economía colaborativa también tiene sus detractores, pues algunas de las prácticas de colaboración afectan significativamente a determinados sectores (como el transporte o el alojamiento), pero es tal la velocidad de avance y desarrollo del fenómenos que es imprescindible encontrar la regulación adecuada y conseguir una perfecta integración con la economía actual, para evitar que pueda acarrear consecuencias negativas para la sociedad. Se trata, por tanto, de mantener unidos los dos sistemas para que se beneficien el uno del otro.

De esta manera podríamos continuar produciendo bienes y servicios, pero no de un modo excesivo, optimizando al máximo el uso de los ya existentes, para así conseguir un mundo más sostenible en vistas a un futuro mejor.

Asimismo, otra cuestión que hay que plantear es dónde se encuentra la fuente de empleo, pues esto que parece tan próspero puede traer consigo una disminución de la producción de bienes y servicios y, por tanto, impedir el crecimiento económico. Quizás la clave pueda estar en los servicios, pues a lo largo de las últimas décadas hemos visto cómo el sector terciario se ha mantenido en auge.

Por otro lado, resulta lógico que surjan este tipo de iniciativas por el gran interés mostrado durante los últimos años en la responsabilidad social corporativa y el desarrollo sostenible, pues los seres humanos no solo van tomando más conciencia sobre el asunto, sino que se están implicando, más aún cuando esta implicación supone una mejora económica en las familias.

En cuanto a la exploración realizada en el sector universitario de la población podemos concluir que solo algunas de las prácticas de colaboración son más bien conocidas (coche compartido o huerto ecológico), a pesar de que el fenómeno esté tan presente en la sociedad y en los medios. Además, parece que existe un periodo de transición entre el conocimiento y la práctica de la colaboración, pues son mínimas las iniciativas que reciben la participación de los estudiantes encuestados.

Hay varios factores que pueden influir la insuficiencia de participación de este colectivo: la falta de confianza en tratar con desconocidos en relación a la economía (motivado a su vez por la cultura y/o la personalidad del individuo), el desconocimiento de las iniciativas o la deficiencia de las mismas en determinados núcleos de población (causada bien por la menor apertura a la experiencia en la región, en comparación con las grandes urbes, o bien por el menor número de personas con las que casar las necesidades).

Por todo ello, parece que hay que empezar a darle la bienvenida a la economía colaborativa, y hacerle un sitio en nuestra economía globalizada, revisándola exhaustivamente para darle el tratamiento correcto, sin otro objetivo que la adecuada administración de los bienes y recursos existentes y el bien común de la sociedad.

## 10. Bibliografía

Alegre, J., (2014), “¿Qué es la economía colaborativa?”, recuperado de <http://economistasfrentealacrisis.com/que-es-la-economia-colaborativa/>

Arrieta, A. (2014), “¿Hasta dónde llegará el consumo colaborativo?”, recuperado de <http://www.expansion.com/2014/12/14/empresas/1418589086.html>

Bostman, R. (2012), “The currency of the new economy is trust”, recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=kTggiF4HmgQ>

Botsman, R. (2012), “The reputation economy”, recuperado de <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2012/09/features/welcome-to-the-new-reputation-economy>

Bostman, R., Rogers, R., (2010) “What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption”, Editorial Collins.

Canalis, X. (2015), “Economía colaborativa: son lobos con piel de cordero”, recuperado de [http://www.hosteltur.com/110268\\_economia-colaborativa-son-lobos-piel-cordero.html](http://www.hosteltur.com/110268_economia-colaborativa-son-lobos-piel-cordero.html)

Cañigüeral, A. (2013), “El acceso es mejor que la propiedad”, publicado en los apartados de *Cultura digital*, *Legislación*, *Mercado* y *Redes* de la revista *Mosaic* de la Universitat Oberta de Catalunya, recuperado de <http://mosaic.uoc.edu/2013/02/27/el-acceso-es-mejor-que-la-propiedad/>

Cañigüeral, A. (2014), “7 claves para la regulación del consumo colaborativo” recuperado de <http://www.consumocolaborativo.com/2014/03/19/7-claves-en-materia-de-regulacion-del-consumo-colaborativo/>

CNMC (2014), “Economía colaborativa y regulación”, consultado el 16 de abril de 2015 en <http://cnmcblog.es/2014/07/16/economia-colaborativa-y-regulacion/>

Costas, J. (2014), “Blablacar: así es y así funciona” recuperado de <http://www.motorpasion.com/otros/blablacar-asi-es-y-asi-funciona>

Europa Press (2013) “COMUNICADO: Cada vez más españoles confían en los perfiles online para las transacciones en la red, según BlaBlaCar”, recuperado de <http://www.europapress.es/comunicados/sociedad/noticia-comunicado-cada-vez-mas-espanoles-confian-perfiles-online-transacciones-red-blablacar-20130122121510.html>

Ferrer, M. (2014) “6 retos legales para la economía colaborativa” recuperado de <http://www.consumocolaborativo.com/2014/05/13/6-retos-legales-para-la-economia-colaborativa/>

García Pujadas, A. (2013), “12 razones que impulsan la economía colaborativa” recuperado de <http://www.qtorb.com/2013/10/12-razones-que-impulsan-la-economia-colaborativa.html>

García Vega, M.A. (2014), “La imparable economía colaborativa”, recuperado de [http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872\\_316865.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html)

Gualtieri, T. (2014), “La economía colaborativa se afianza”, recuperado de [http://economia.elpais.com/economia/2014/12/05/actualidad/1417811488\\_361297.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/12/05/actualidad/1417811488_361297.html)

Heil, M. (2015), “Origen del trueque y el comercio con la moneda metálica Historia”, recuperado de <http://historiaybiografias.com/trueque/>

Kelly, K. (2009) “Better than owning”, *The Technium*. Recuperado de <http://kk.org/thetechnium/2009/01/better-than-own>

Lainformación.com (2014), “Expertos piden una regulación transversal del consumo colaborativo y critican la legislación caso a caso”, recuperado de [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/economia-general/expertos-piden-una-regulacion-transversal-del-consumo-colaborativo-y-critican-la-legislacion-caso-a-caso\\_bpbQA8V1paODlijk8Abnz4/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/economia-general/expertos-piden-una-regulacion-transversal-del-consumo-colaborativo-y-critican-la-legislacion-caso-a-caso_bpbQA8V1paODlijk8Abnz4/)

López, M (2015), “¿Hará Cataluña las paces con Airbnb y Uber? Nueva regulación a la vista”, recuperado de <http://www.genbeta.com/actualidad/el-gobierno-catalan-dara-los-primeros-pasos-en-regular-la-economia-colaborativa>

Maslow, A. (1991), “Motivación y personalidad”, *Ediciones Diaz de Santos S.A.*, 3ª edición.

Méndez, J.C. (2014), “El acceso es mejor que la posesión”, recuperado de <http://www.unocero.com/2014/04/23/el-acceso-es-mejor-que-la-posesion/>

Mouro, M. (2014), “Economía colaborativa”, recuperado de <http://www.deliriosenbits.com/economia-colaborativa/>

Muñoz, R. (2014), “Las firmas de economía colaborativa se agrupan para defender sus intereses” recuperado de [http://economia.elpais.com/economia/2014/12/05/actualidad/1417801253\\_006093.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/12/05/actualidad/1417801253_006093.html)

Pellini, C. (2014), “Breve resumen sobre el capitalismo, liberalismo, socialismo y revoluciones burguesas”, recuperado de [http://historiaybiografias.com/capi\\_liberal/](http://historiaybiografias.com/capi_liberal/)

Pérez, D. (2014), “Guerra total de la industria contra el consumo colaborativo en España”, recuperado de [http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-03-18/guerra-total-de-la-industria-contra-el-consumo-colaborativo-en-espana\\_103273/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-03-18/guerra-total-de-la-industria-contra-el-consumo-colaborativo-en-espana_103273/)

RAE (2015), Definición economía, recuperado el 18 de mayo de 2015 de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=GnPvZSuVpDXX2A2eIEUW>

Rello, E. (2015), “Economía colaborativa: ¿ha llegado para quedarse?”, recuperado de <http://www.cateconomica.com/Articulo/Economia-colaborativa-ha-llegado-para-quedarse>

Rifking, J. (2000), “La era del acceso. La revolución de la nueva economía”, *Paidós 2000*.

Rojas Rosco, R. (2015), “Aspectos laborales de la economía colaborativa: ¿Hacia un nuevo modelo de sostenibilidad laboral para el siglo XXI?” recuperado de [http://www.elderecho.com/tribuna/laboral/Aspectos-laborales-colaborativa-sostenibilidad-XXI\\_11\\_779680006.html](http://www.elderecho.com/tribuna/laboral/Aspectos-laborales-colaborativa-sostenibilidad-XXI_11_779680006.html)

Salcedo Aznal, A. (2014), “Las nuevas actitudes hacia el consumo y la producción: las mejores prácticas en el ámbito del consumo colaborativo y la obsolescencia planificada”, *Comité Económico y Social Europeo*.

Smith, A. (1776), “Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones”, Recuperado de <http://stolpkin.net/spip.php?article696>

Urueña, A., et al. (2013), “Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2012”, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI, edición 2013.

Val, E., (2013), “La economía colaborativa: ¿hacia un modelo más humano y sostenible?, *Memoria Trabajo Fin de Máster Responsabilidad Social Corporativa, Universidad Pontificia de Salamanca, Campus de Madrid.*

Valor, C. et al. (2014), “Economía en colaboración”, *Dossier nº 12 Economistas Sin Fronteras, enero de 2014.*

Wheatherford, J. (1997) “La historia del dinero: de la piedra arenisca al ciberespacio”, *Editorial Andrés Bello.*

Zimmermann, J.L. (2014) “La necesaria regulación del consumo colaborativo”, recuperado de <http://www.expansion.com/2014/07/11/juridico/1405105534.html>

# ANEXOS



## ANEXO I

### Encuesta sobre Economía Colaborativa

La encuesta que vas a realizar forma parte de la investigación previa a la elaboración de un TFG en Finanzas y Contabilidad en la Universidad de Cádiz. Esta encuesta es completamente anónima. Muchas gracias por tu colaboración.

1. Edad: \_\_\_\_\_

2. Sexo:

☐ Hombre

☐ Mujer

3. Titulación y curso actual:

☐ 1º FYCO

☐ 2º FYCO

☐ 3º FYCO

☐ 4º FYCO

4. Si tienes una titulación previa, indica cuál es:

☐ GADE

☐ LADE

☐ Empresariales

☐ Otras: \_\_\_\_\_

5. ¿Sabes qué es la economía colaborativa?

☐ Sí

☐ No

A continuación se te ofrece una definición sobre la economía colaborativa:

*“Es un sistema económico en el que se comparten y se intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales. Se refiere a la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar o regalar, redefinida a través de las tecnologías de la información y la comunicación, y las nuevas maneras de medir la reputación de las personas”.*

5. ¿Reconoces ahora el término “economía colaborativa”?

☐ Sí

☐ No

A continuación quisiéramos saber si conoces las siguientes prácticas de economía colaborativa y qué opinión te merecen.

6. Coche compartido				
a. ¿Sabes en qué consisten las iniciativas de coche compartido?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en iniciativas de este tipo?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		USUARIO	

Marca con una X la opción que más refleja tu punto de vista, en una escala del 1 al 5, considerando 1 como “totalmente en desacuerdo” y 5 como “totalmente de acuerdo”.

7. Valora las siguientes cuestiones de coche compartido:					
	1	2	3	4	5
a. Para venir a la universidad comparto coche o estaría dispuesto a ello si encontrara con quién compartir.					
b. Cuando viajo (distancias cortas o no muy largas) prefiero utilizar tren o autobús en lugar de buscar un coche para compartir con un extraño.					
c. Estoy dispuesto a poner mi coche a disposición de otros usuarios para que me acompañen en los trayectos que realizo.					
d. Compartir coche es una forma de competencia para el sector del taxi.					

8. Recirculación de bienes				
a. ¿Sabes en qué consiste la recirculación de bienes?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en el intercambio de bienes de segunda mano?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		DEMANDANTE	

9. Valora las siguientes cuestiones sobre recirculación de bienes:					
	1	2	3	4	5
a. Participo en plataformas (como páginas de Facebook) para intercambiar bienes usados con otros usuarios.					
b. El intercambio de bienes usados tiene ventajas para las dos partes.					
c. Prefiero comprar los productos nuevos en vez de hacer una búsqueda acerca de si existe lo que busco de segunda mano a un mejor precio.					
d. Me resulta interesante participar en un “mercadillo de trueque”.					
e. Estoy dispuesto a regalar cosas que ya no uso a través de páginas de internet, en vez de tirarlas.					

<b>10. Couchsurfing</b>				
a. ¿Sabes en qué consiste el <i>couchsurfing</i> ?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en la oferta o demanda de un lugar para dormir en una residencia privada?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		USUARIO	

<b>11. Valora las siguientes cuestiones sobre <i>couchsourcing</i>:</b>					
	1	2	3	4	5
a. Estoy dispuesto a participar en una plataforma en la que pueda encontrar alojamiento gratuito en diferentes partes del mundo y, a cambio, ofrecer alojamiento a los visitantes.					
b. Para vivir en una ciudad que no es mi residencia habitual, estaría dispuesto a alojarme con personas mayores y poder ofrecerles mi ayuda.					
c. Para vivir en una ciudad que no es mi residencia habitual, estaría dispuesto a compartir piso con otros jóvenes con discapacidad y poder ofrecerles mi ayuda.					
d. La propiedad privada no debe ofrecerse a cualquier persona sin conocerla, puesto que existen riesgos de hurto, conflicto de personalidad, etc.					

<b>12. Crowdfunding</b>				
a. ¿Sabes en qué consisten iniciativas de <i>crowdfunding</i> ?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en iniciativas de financiación colectiva?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		DEMANDANTE	

<b>13. Valora las siguientes cuestiones sobre <i>crowdfunfding</i></b>					
	1	2	3	4	5
a. Estoy dispuesto a colaborar en la recaudación de fondos para proyectos que servirán para mi futuro (ej: construcción de un edificio para la universidad que me permita trabajar mejor).					
b. Para conseguir una financiación de importante cuantía, es mejor y menos costoso pedir un préstamo a un banco que intentar movilizar a un elevado número de personas que se impliquen.					
c. El <i>crowdfunding</i> solo puede funcionar con proyectos creativos. Otro tipo de necesidades de financiación han de realizarse a través de entidades de crédito.					
d. Estoy dispuesto a colaborar en la recaudación de fondos para el desarrollo de la investigación científica.					

<b>14. Crossbooking</b>				
a. ¿Sabes en qué consiste el <i>crossbooking</i> ?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en iniciativas de este tipo?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		USUARIO	

15. Valora las siguientes cuestiones sobre <i>crossbooking</i>					
	1	2	3	4	5
a. Me parece interesante el <i>crossbooking</i> o “intercambio de libros” como una forma de divulgar el conocimiento.					
b. alguna vez he tomado un libro de <i>crossbooking</i> para su lectura y lo he devuelto a otro sitio.					
c. El <i>crossbooking</i> no funciona porque hay personas que se quedan con los libros.					
d. Me gustaría que hubiera espacios cerrados (como la biblioteca habitual) o al aire libre donde depositar libros para compartir, con una zona para su lectura.					

16. <i>Open acces</i>				
a. ¿Sabes en qué consiste el <i>open acces</i> ?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en iniciativas de acceso libre a la información?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		USUARIO	

17. Valora las siguientes cuestiones sobre <i>open acces</i>					
	1	2	3	4	5
a. Me interesa poder acceder a recursos bibliográficos y poder ofrecer otro material informativo a cambio.					
b. Divulgar información mediante Software Libre es bueno para la investigación y la evolución de las diferentes ciencias (económicas, sociales, químicas, de la salud, etc.).					
c. Estoy interesado en recibir formación complementaria online.					
d. Hay cierto tipo información que no debe ser completamente libre, sino accesible a través de diferentes medios, como por ejemplo la pertenencia a una comunidad (UCA), puesto que el acceso libre a la información es desfavorable económicamente para los autores.					

18. Huerto ecológico				
a. ¿Sabes qué es un huerto ecológico?	SI		NO	
b. ¿Has participado alguna vez en iniciativas de este tipo?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		DEMANDANTE	

19. Valora las siguientes cuestiones sobre huerto ecológico					
	1	2	3	4	5
a. Me gustaría participar en un huerto ecológico.					
b. Un huerto ecológico es una buena idea a nivel particular, entre amigos o familiares, pero no es sostenible a escalas superiores.					
c. Es un poco difícil llevar a cabo esta iniciativa, puesto que hay factores externos (como el clima) que pueden ocasionar problemas.					
d. Crear un huerto ecológico puede afectar al sector, pues es un modo de competencia.					

<b>20. Bancos de tiempo</b>				
a. ¿Sabes en qué consisten las iniciativas de bancos de tiempo?	SI		NO	
b. ¿Has ofrecido alguna vez un servicio a cambio de otro?	SI		NO	
c. ¿Qué tipo de participación has tenido?	OFERENTE		DEMANDANTE	

<b>21. Valora las siguientes cuestiones sobre bancos de tiempo</b>					
	1	2	3	4	5
a. Me gustaría recibir clases particulares (u otros servicios) y poder ofrecer a cambio otros servicios por el mismo periodo de tiempo (hacer de canguro, limpieza, otras clases particulares, etc.).					
b. Es muy difícil encontrar personas con las que intercambiar los servicios que necesitan los dos usuarios.					
c. Los bancos de tiempo pueden perjudicar a ciertas profesiones que no requieren excesiva cualificación (profesor de clases particulares en niveles bajos, limpiadoras, pintores, etc.)					
d. Es difícil ajustar el “precio” (número de horas) si la calidad de los servicios difieren sustancialmente de unos oferentes a otros.					

22. ¿Crees que la economía colaborativa fomenta las relaciones interpersonales?

☐ Sí      ☐ No

23. ¿Conoces alguna otra iniciativa relacionada con la Economía Colaborativa?

24. ¿Qué opinión, en general, te merece la Economía Colaborativa en el contexto económico actual?

Muchas gracias por tu colaboración.

## ANEXO II

### Transcripción de las opiniones cualitativas del cuestionario

C1 “Es necesario dadas las condiciones sociales actuales.”

C2 “Es un recurso que con el tiempo será habitual utilizarlo por todos o la mayoría de miembros de la sociedad. Actualmente hay recursos desconocidos para muchas personas y que en determinadas zonas no tienen acceso.”

C3 “Me parece que es algo bueno que hace que aprovechemos más los recursos y que nos ayudemos unos a otros.”

C4 “Muy interesante.”

C5 “Me parece que son buenas iniciativas contemplando la situación económica que pasa el país.”

C6 “Un avance sustancial de lo que es el actual mundo globalizado. Un aporte a la sociedad que seguirá creciendo a medida que se vaya masificando a todos los países.”

C7 “Es buena iniciativa.”

C8 “Me parecen ideas adecuadas a un entorno de crisis económica.”

C9 “Fomenta la ayuda entre personas y favorecería la situación económica.”

C10 “Buena idea para gente con menos recursos y que puedan satisfacer necesidades a cambio de cosas que no tengas que ser necesariamente dinero.”

C11 “Es muy buena idea pues ayuda mucho a facilitar a las personas la vida.”

C12 “Es una forma de innovar y facilitar servicios a las personas.”

C13 “Emergente con gran potencial.”

C14 “Puede ser una interesante vía de financiación o de ahorro de costes en los tiempos difíciles que corren.”

C15 “Me parece algo muy interesante, ya que fomenta las relaciones entre las personas y facilita mucho el intercambio de bienes y servicios.”

C16 “Muy buena.”

C17 “Es favorable en algunos casos, pero no es viable en otros.”

C18 “Algo muy útil y que debería ser más conocida.”

C19 “Es una buena idea a aplicar.”

C20 “Pienso que es una buena forma de ahorrar ya que al compartir el coste se reduce.”

C21 “Creo que la Economía Colaborativa no afecta de manera excesiva a la economía actual. Pienso que es una manera de relacionarse con la sociedad.”

C22 “Difícil de conseguir, con respecto al egoísmo económico actual.”

C23 “Muy a favor de la Economía Colaborativa.”

C24 “Parece algo muy interesante pero es complicado de llevarlo a cabo por la complejidad de las características de las personas.”

C25 “Muy útil pero solo viable en épocas de crisis económicas.”

C26 “Me parece una buena iniciativa, aunque algo complicado de llevar a cabo entre algunos grupos de personas.”

C27 “Debe utilizarse más a menudo, es una forma de confiar en personas que no conoces.”

C28 “En esta época se debería utilizar más debido a que hay personas que no se pueden financiar cosas pero sí pueden dar algo a cambio.”

C29 “Es innovadora.”

C30 “Estoy de acuerdo en que se intente llevar a cabo en este tipo de economía.”

C31 “Es una buena iniciativa para el comercio responsable y solidario sin intermediarios. La actual situación favorecería este tipo de economías.”

C32 “Fomenta el ahorro al compartir los gastos y esto conlleva a un posible aumento del emprendimiento.”

C33 “En la actualidad, por el momento de crisis que estamos pasando, estos métodos pueden llegar a personas lo que necesitan pero sin una contraprestación económica, es a cambio de una prestación de servicios.”

C34 “Me parece una buena iniciativa para conocer a personas y poder compartir experiencias.”

C35 “Me parece una buena iniciativa para compartir con los demás.”

C36 “Me parece que no está muy desarrollada y que traería mejoras para la sociedad. Interesante, pero difícil de llevar a cabo.”

C37 “En el contexto económico actual, me parece una muy buena idea ya que con la crisis económica la gente está más abierta a un intercambio para favorecer sus necesidades, en lugar de pagar por ello.”

C38 “Me parece que son un tipo de acciones necesarias para poder realizar proyectos que de otra manera no se harían, o utilizar recursos ociosos.”

C39 “Es una iniciativa que puede favorecer a la sociedad y son alternativas interesantes.”

C40 “En general es un buen sistema para poder compartir bienes y servicios.”

C41 “Es una buena medida para acceder a ciertas actividades e información a un menor coste.”

C42 “Pienso que es interesante porque con la Economía Colaborativa se pueden beneficiar todas las personas que participen en ella.”

C43 “Estaría muy bien que se fomentara más ya que mejoraría la relación entre las personas.”

C44 “Es una buena herramienta de apoyo al sistema económico-financiero, pero complementario, no sustitutivo. Hay iniciativas que son difíciles de controlar y/o medir su alcance.”

C45 “Una solución eficaz, ya que mejora el contexto de crisis económica que nos rodea.”